

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Založení lyžařského klubu
Založenie lyžiarskeho klubu
Establishing of a Skiing Club

Student:

Katarína Liptajová

Vedoucí diplomové (bakalářské) práce:

Mrg. Jaroslav Stolařík

Ostrava 2011

Zadání bakalářské práce

Student:	Katarína Liptajová
Studijní program:	B6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	6208R101 Sportovní management
Téma:	Založení lyžařského klubu Založenie lyžiarskeho klubu Establishing of a Skiing Club

1. Úvod
 2. Teoretické vymedzenie pojmov
 3. Vlastné výskumné šetrenie v lyžiarskom klube
 4. Zhodnotenie výsledkov šetrenia
 5. Záver
- Zoznam použitej literatúry
Zoznam skratiek
Prehlásenie o využití výsledkov bakalárskej práce
Prílohy

Odborná literatura:

- DURDOVÁ, I. *Základní aspekty marketingu ve sportu*. 1. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB – TU Ostrava, 2009. 88 s. ISBN 978-80-248-0827-7.
- KORDOŠOVÁ, A. *Účtovníctvo neziskových účtovných jednotiek*. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2008. 145 s. ISBN 978-80-225-2658-6.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. Přel. Š. Černá; V. Faktor; T. Juppa. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jaroslav Stolařík**

Datum zadání: 26.11.2010
Datum odevzdání: 11.05.2011

Miestoprísahne prehlasujem, že som celú bakalársku prácu vrátane príloh vypracovala samostatne a uviedla v nej všetku literatúru a ostatné zdroje, ktoré som použila.

V Ostrave 5. mája 2011

.....
Katarína Liptajová

Obsah

1	Úvod.....	6
2	Teoretické vymedzenie pojmov	7
2.1	Šport.....	7
2.1.1	Ekonomické aspekty športu	7
2.2	Alpské lyžovanie	8
2.2.1	História lyžovania na Slovensku	9
2.2.2	Zastrešujúce športové organizácie	10
2.3	Právna forma.....	12
2.3.1	Vymedzenie neziskových účtovných jednotiek	12
2.3.2	Vymedzenie občianskych združení.....	13
2.4	Financovanie lyžiarskeho klubu	14
2.4.1	Dotácie	14
2.4.2	Možnosť získania dotácie zo Žilinského samosprávneho kraja.....	14
2.4.3	Dotácie ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR.....	15
2.4.4	Dotácie a granty z Európskej únie.....	15
2.4.5	2% z dane	16
2.4.6	Reklama a sponzoring	17
2.4.7	Dary	17
2.4.8	Vlastná činnosť.....	18
2.4.9	Bankový úver	18
2.4.10	Členské príspevky	18
2.5	Registrácia klubu	18
2.5.1	Registrácia na Ministerstve vnútra	18
2.5.2	Registrácia v Slovenskej lyžiarskej asociácii.....	19
2.6	Zdaňovanie	20
2.7	Management	20
2.7.1	Managerské funkcie	21
2.8	Marketing.....	23
2.8.1	Športový marketing	24
2.8.2	Marketingový mix v športe	24
2.8.3	Marketingový výskum.....	26
3	Vlastné výskumné šetrenie.....	27

3.1	Financovanie klubu.....	27
3.1.1	Vlastná činnosť klubu	27
3.1.2	Členské príspevky v súčasných lyžiarskych kluboch	27
3.1.3	Poskytovanie sponzoringu.....	28
3.1.4	Možnosť poskytnutia úveru	28
3.2	Podmienky tréningu v lyžiarskom stredisku Vrátna Free Time Zone.....	29
3.3	Personálne zastúpenie.....	30
3.4	Vstupné náklady	31
3.5	Kalkulácia.....	35
3.6	Verejný prieskum	37
3.6.1	Rozbor dotazníku	38
4	Zhodnotenie výsledkov šetrenia.....	49
5	Záver.....	50
	Zoznam použitej literatúry	51
	Zoznam skratiek	53
	Prehlásenie o využití výsledkov bakalárskej práce	54
	Zoznam príloh	55
	Prílohy	56

1 Úvod

Tematika lyžovania je pre mňa zaujímavá, pretože sama som sa tomuto športu aktívne venovala na pretekárskej úrovni v juniorských súťažiach niekoľko rokov a v súčasnosti pôsobím v lyžiarskom klube ako pomocný tréner, preto poznám dobre túto problematiku a zároveň bolo pre mňa zaujímavé ju bližšie preštudovať. Táto tematika ma zaujala aj z dôvodu, že jedno z najväčších a známejších lyžiarskych stredísk Vrátna Free Time Zone nemalo dlhšiu dobu domáci klub po rozpade Lyžiarskeho klubu Malá Fatra Žilina. Preto som aj svoj výskum vykonala v tomto stredisku a zamerala som sa na blízke veľké mesto Žilinu a na postoje ľudí k lyžovaniu v tomto meste a okolí.

Problém založenia klubu je podľa môjho názoru obtiažnejší v lyžovaní ako pri väčšine športov, pretože ide o finančne náročný šport, nákup materiálu len na tréningové účely predstavuje veľmi vysokú položku a tiež je problém s dopravou na svah. Pre finančnú náročnosť ma zaujímali aj možnosti financovania klubu.

Cieľom mojej práce bolo čitateľov oboznámiť s problematikou fungovania športových klubov a problematikou zakladania spoločnosti v neziskovom sektore.

V prvej kapitole som sa pokúsila o krátku definíciu lyžovania a zároveň som časťou o histórii na Slovensku chcela poukázať na tradíciu tohto športu u nás. V ďalšom texte je objasnená problematika neziskového sektoru a občianskych združení. Sú tu objasnené potrebné náležitosti založenia lyžiarskeho klubu aby bola prijatá jeho registrácia na ministerstve vnútra. Taktiež je tu zobrazená problematika financovania v neziskovom sektore a možnosti ako zabezpečiť dostatok finančných prostriedkov na zabezpečenie potrebného vybavenia pre klub. V tejto kapitole je aj krátka charakteristika managementu, manažerských funkcií v športových podnikoch a marketingu, marketingového mixu taktiež v športovom odvetví a charakteristika marketingového výskumu potrebného pre účely tejto práce.

Druhá kapitola sa zaoberá súčasným stavom lyžiarskych klubov, prieskumom výšky členských príspevkov a personálneho zastúpenia klubov. Ďalej sa tu nachádza aj verejný prieskum uskutočnený v stredisku Vrátna Free Time Zone o postojoch rodičov, prípadných členov klubu k danej problematike.

V závere je zhrnutie výskumu, jeho vyhodnotenie a odporúčanie, ktoré by podľa môjho názoru mohlo byť zaujímavé pre rozvoj zimných športov v Žilinskom kraji.

2 Teoretické vymedzenie pojmov

2.1 Šport

Šport je zložkou telesnej kultúry a teda aj súčasťou obecnej kultúry. Výraz kultúra vznikol z latinského cultura, čo v preklade znamená zušľachtovanie, vzdelávanie, pestovanie. V súčasnosti sa pod pojmom kultúra rozumie súbor výtvorov ľudskej činnosti materiálnej i nemateriálnej povahy, uznávaných spôsobov jednania prijatých určitou spoločnosťou a predávaných z generácie na generáciu. Telesná kultúra je súhrn noriem v oblasti pohybovej aktivity a v oblasti upevňovania zdravia. špecifickými telocvičnými prostriedkami zabezpečuje uspokojovanie potrieb človeka v oblasti fyzického a z neho vyplývajúceho psychického a sociálneho rozvoja. Zložkami telocvičnej kultúry sú telocvičná rekreácia, telesná výchova a šport.[2]

Telocvičná rekreácia je zameraná na najširšiu vrstvu obyvateľstva, na obnovu a rozvoj životných síl, upevňovanie zdravia, vyrovnanie jednostranného pracovného zaťaženia, prevenciu civilizačných chorôb a vedie k aktívnemu odpočinku. Ide o dobrovoľnú, záujmovú pohybovú činnosť.

Telesná výchova je súčasťou výchovno-vzdelávacieho systému. Je povinná či už na školách alebo pri niektorých druhoch zamestnania a je zameraná na všestranný rozvoj osobnosti.

Pod pojmom šport je v tomto rozdelení myslená pravidelná aktivita zameraná na dosiahnutie vysokej výkonnosti a čo najlepšieho umiestnenia v súťaži. Má presné pravidlá a jeho súčasťou je diváctvo a inštitúcie zaoberajúce sa riadením a organizovaním športu. Šport môžeme deliť podľa výkonnostnej úrovne na rekreačný, výkonnostný a vrcholový. Ďalšie delenia sú na kolektívny a individuálny, kontaktný a bezkontaktný, vrcholový a amatérsky atď.

2.1.1 Ekonomické aspekty športu

Šport sa stáva stále väčšou súčasťou súčasného životného štýlu. Sedavé zamestnanie väčšiny ľudí je príčinou mnohých civilizačných chorôb a práve šport je dobrou kompenzáciou pre telo. Média stále viac propagujú pojem zdravý životný štýl, ktorého neoddeliteľnou súčasťou sú aj pohybové aktivity. Tým šport získava väčší sociálny ale aj ekonomický význam. Narastá počet športov a pohybových aktivít alebo sa zvyšuje obľúbenosť už známych, tým pádom je potrebné vyrábať náradie a výstroj k týmto športom, vznikajú nové

športoviská a zaškoľujú sa odborníci v danej oblasti. Za posledné roky sa na Slovensku vybuďovalo niekoľko golfových ihrísk, zvýšila sa obľuba snowboardingu, skialpinizmu a freeridu (jazdy mimo upravených zjazdoviek, na ktorú sa používajú širšie lyže), a obľubu si získavajú aj nové športy ako florbal, squash, snowkiting. Ďalším aspektom zvyšovania významu športu je výskum a vývoj v tejto oblasti. Vyvíjajú sa nové technológie, čím sa zvládnutie niektorých športov stáva jednoduchšie a výstroj sa stáva pohodlnejšou. Samozrejme sa úroveň produktov potom líši nielen v kvalite ale aj úrovňou cien. Zvyšuje sa aj záujem masmédií o šport, tým sa zvyšuje aj atraktivita sponzoringu a športovej reklamy. Preto sa aj vedenie klubov snaží zvyšovať aktivity v marketingu a managementu aby prilákali pozornosť darcov a sponzorov. Usporadúvajú sa tlačové konferencie, autogramiády, súťaže pre verejnosť a akcie na predvádzanie tovaru.[2]

Šport teda prispieva nielen k rastu fyzickému, psychickému a sociálnemu u jedinca ale aj k rozvoju ekonomiky vytváraním nových produktov a nových pracovných miest pri výrobe a predaji športového tovaru ako aj pracovných miest v službách na postoch trénerov, učiteľov a odborníkov k danej problematike

2.2 Alpské lyžovanie

Lyžovanie patrí medzi zimné individuálne športy. Patrí medzi najatraktívnejšie zimné športy pestované v prírode. Je to finančne náročný šport, no aj napriek tomu sa mu venuje veľké množstvo ľudí vo všetkých vekových kategóriách. V pretekovom lyžovaní v súčasnosti rozdeľujeme päť disciplín zameraných na preverenie techniky, kondície a sily pretekára. Rozlišujú sa rozmiestnením brán, dĺžkou trate a rýchlosťou, ktorú pretekári dosahujú.[15]

Zjazd

Zjazd je divácky veľmi atraktívny, je nazývaný aj kráľovskou disciplínou. Ide o najrýchlejšiu disciplínu, kde pretekári dosahujú rýchlosti v niektorých úsekoch až 150km/h. Trať má dĺžku tri až štyri kilometre a nachádzajú sa na nej aj rôzne skoky a nerovnosti. Preteká sa v jednom kole.[15]

Superobrovský slalom

Ide o najmladšiu lyžiarsku disciplínu. Vznikla ako spojenie rýchlosti v zjazde a techniky točenia v obrovskom slalome. Viac sa tu prejavuje zvládnutie techniky v stále vysokých rýchlostiach. Preteká sa taktiež jednokolovo, na trati je viac zmien smeru jazdy a je ozvláštnená aj skokmi.[15]

Obrovský slalom

Obrovský slalom je technickou disciplínou, v ktorej sa hodnotí súčet časov dosiahnutých v dvoch kolách na rozličnej trati. Vzhľadom na vzdialenosti brán a polomer zatáčania sa práve v tejto disciplíne najviac rozvinula carvingová technika, ktorú charakterizujú kratšie lyže s bočným vykrojením.[15]

Slalom

V tejto disciplíne sa najviac prejavuje zvládnutie techniky. Je charakteristický častými zmenami smeru jazdy a nutnosťou rýchlej reakcie pretekára na ne. Je divácky zaujímavý aj preto, že prejazd trate je náročný a miera rizika, ktorá vedie k nezvládnutiu prejazdu trate je vysoká. V minulosti sa ako jediný nejazdil carvingovou technikou, ale skrátenie dĺžky lyží a ich väčšie vykrojenie túto techniku umožnilo. Preteká sa v dvoch kolách a hodnotí sa súčet dosiahnutých časov.[15]

Super kombinácia

Pozostáva z jedného kola slalomu a jedného kola zjazdu. Tu sa najlepšie preverí všestrannosť pretekára. Musí byť pripravený na techniku slalomu ako aj na silovú náročnosť v zjazde.

2.2.1 História lyžovania na Slovensku

Lyžovanie sa na Slovensku začalo šíriť v druhej polovici devätnásteho storočia. Lyže k nám začali prenikať zo severských krajín a ich šíriteľmi a propagátormi boli hlavne cestovatelia, diplomati, obchodníci, vojaci a študenti. Zo začiatku bolo lyžovanie brané len ako nový druh zábavy a nebol mu pripisovaný väčší význam. Zlom nastal po Nansenovej výprave na lyžiach naprieč Grónskom v roku 1888, táto výprava sa stala veľmi dobrým propagátorom lyžovania a lyže sa stali známe na celom svete. Postupom času boli zistené aj blahodarné vplyvy lyžovania a otužovania na zdravie. Najvýznamnejšou osobnosťou pri šírení lyžovania bol MUDr. Mikuláš Szontagh, ktorý pôsobil ako kúpeľný lekár v Starom Smokovci a vybudoval kúpeľný komplex Nový Smokovec. Sám používal lyže pri zimnej turistike a poľovačkách a zároveň ich aj využíval v rehabilitačnom programe liečby svojich pacientov.[8]

Lyžovanie zo začiatku šírili jednotlivci a ako si získavalo obľubu postupne sa stávalo súčasťou turistických spolkov. Vo svojom vývoji si však začalo vyžadovať čoraz väčšiu pozornosť, od roku 1905 prenikali na naše územie rôzne súťažné prvky a v turistických spolkoch vznikla potreba riešiť organizačné a ekonomické problémy, ktoré prinášalo. Vznikla potreba zakladať lyžiarske školy, vyučovať lyžovanie, organizovať pretekové lyžovanie a plniť množstvo organizačných a technických povinností, čím sa stávalo pre turistické spolky neúnosné, a preto bolo potrebné vytvoriť vlastnú organizačnú štruktúru. V roku 1885 bol

v Kežmarku založený Spolok zimných športov, 1904 v Starom Smokovci Téli Sport Klub, 1908 funkcionári z Budapešti založili v Malej Fatre Maďarský lyžiarsky klub.[8]

Rastúca obľúba lyžovania spôsobila aj rozvoj cestovného ruchu na Slovensku. Pracovníci v oblasti cestovného ruchu pomáhali vytvárať materiálne a technické podmienky pre rozvoj lyžovania často z vlastných zdrojov a vlastnej iniciatívy.[8]

Obr. č. 2.1 Správny lyžiarsky postoj v začiatkoch lyžovania



Začiatky pretekového lyžovania

Prvé preteky vôbec sa odohrali v behu na lyžiach v roku 1843 v Tromsø v Nórsku. U nás sa prvé preteky organizovali začiatkom dvadsiateho storočia. Organizátori vyhľadávali pre pretekové lyžovanie vhodné podmienky. Nakoniec sa miestom prvých celoštátnych a medzinárodných pretekov stali Vysoké Tatry, presnejšie Tatranská Polianka a Kremnica. V dobe prvých pretekov u nás malo už lyžovanie vytvorené súťažné disciplíny a to behy, skoky, severskú kombináciu, zjazd a krasojazdu na lyžiach.[8]

Prvé zjazdové trate

Po tom ako bolo zjazdové lyžovanie zaradené 1931 do programu majstrovstiev sveta a 1936 do zimných olympijských hier sa začali vo väčšej miere budovať aj nové dopravné zariadenia. 1937 dobudovali a sprevádzkovali visutú lanovku z Tatranskej Lomnice na Skalnaté Pleso a 1943 bol zavedený do prevádzky prvý lyžiarsky vleč zo Štrbského Plesa na Solisko.[8]

2.2.2 Zastrešujúce športové organizácie

Ako vznikali jednotlivé športy a športovci si v nich chceli zmerať sily bolo nutné zjednotiť pravidlá. Na tento účel postupne vznikali najprv národné a neskôr medzinárodné

športové federácie. V súčasnosti majú za úlohu nie len udávať pravidlá daných športov, ale aj starať sa o podporu a rozvoj samotného športu ako aj o jednotlivých pretekárov na národnej aj medzinárodnej úrovni.

Medzinárodné športové federácie sú mimovládny organizáciami, ktoré zastrešujú jeden alebo viacero športov. Sú významnou súčasťou Medzinárodného olympijského výboru a musia rešpektovať Olympijskú chartu a riadiť sa Svetovým antidopingovým kódexom. Federácie zodpovedajú za technické riadenie súťaží a predkladajú kvalifikačné kritériá pre účasť na Olympijských hrách. [16]

Národné športové zväzy sú občianske združenia. Sú reprezentantom a zástupcom daného športu vo vzťahu k orgánom verejnej moci a zabezpečuje jeho rozvoj, prípravu športovej reprezentácie a organizuje alebo schvaľuje organizovanie celoštátnych súťaží. [12]

Medzinárodná lyžiarska federácia (FIS)

Medzinárodná lyžiarska federácia vznikla počas prvých zimných olympijských hier v roku 1924 v Chamonix. Z lyžiarskych disciplín sa však súťažilo len v behu na lyžiach, skokoch na lyžiach a severskej kombinácii. Alpské lyžovanie sa do programu hier zaradilo až počas olympiády v Garmisch-Partenkirchene v roku 1936. V súčasnej dobe spadá pod FIS 107 národných športových zväzov a pracuje v nej mnoho riadiacich komisií, ktoré sa starajú o organizáciu a plynulý chod jednotlivých športov.[5]

FIS určuje presné pravidlá pre každú z disciplín a presné technické parametre. V zjazdovom lyžovaní určuje na preteky pod hlavičkou FIS počet a vzdialenosť brán v každej disciplíne, značenie trate, dĺžku a hrúbku použitých tyčí, bezpečnostné opatrenia, dĺžku a rádius lyží na každú disciplínu atď. Ďalej určuje podmienky kvalifikácie na súťaže Svetového pohára, Majstrovstiev sveta a Zimných olympijských hier a spolupracuje s Medzinárodným olympijským výborom ako aj národnými športovými zväzmi.

Slovenská lyžiarska asociácia (SLA)

Pôvodne Slovenský lyžiarsky zväz (SLZ) vznikol roku 1969. V dobe vzniku nemal právnu subjektivitu a bol súčasťou Slovenskej telovýchovnej organizácie. Svoju činnosť vykonával prostredníctvom komisií a postupne sa vytvorili samostatné športové úseky – úsek alpských disciplín, behu, skoku a severskej kombinácie, v súčasnosti k nim pribudli úseky snowboardingu, akrobatického lyžovania a lyžovania na tráve. Vyučovanie lyžovania bolo v SLZ organizačne začlenené do základného lyžovania. SLZ teda riadil pretekové a základné lyžovanie prostredníctvom týchto úsekov a komisií základného lyžovania, rozhodcovskej, zdravotnej, hospodárskej, výstavby, medzinárodnej a propagačno-výchovnej.[9]

Pre veľké finančné problémy SLZ vznikla nová inštitúcia a to Slovenská lyžiarska asociácia. Prebrala celú organizačnú štruktúru a pokračuje v činnosti zväzu. Podieľa sa na organizovaní pretekov Slovenského pohára a Majstrovstiev Slovenska vo vekových kategóriách od super baby po starších žiakov a taktiež na organizovaní pretekov Európskeho pohára – FIS v kategóriách juniorov, mužov a žien. Zabezpečuje chod a metodické vedenie reprezentačného družstva. Ďalej organizuje školenia a vzdelávanie učiteľov, trénerov a rozhodcov lyžovania a snowboardingu. Určuje a upravuje pravidlá Slovenského pohára podľa predpisov vydaných FIS a určuje podmienky členstva pre lyžiarske a snowboardové kluby.

2.3 Právna forma

Športové organizácie môžu mať rôzne právne formy. Záleží hlavne na rozhodnutí zakladateľov ktorá právna forma je pre nich výhodnejšia. Keďže sa v tejto práci zameriavam na mládežnícky športový klub, ktorého poslaním nie je podnikanie ani dosahovanie zisku, nebudem vymedzovať právnu formu obchodnej spoločnosti, keďže táto sa v praxi nevyužíva.

Športový klub je právnickou osobou založenou na vykonávanie športovej činnosti a účasťou na súťažiach organizovaných národným alebo medzinárodným športovým zväzom. Cieľom športového klubu je združovať deti a mládež a prevádzkovať nielen športovú ale aj výchovnú činnosť. Klub je členom národného športového zväzu, v lyžovaní je to Slovenská lyžiarska asociácia. Stanovy národného športového zväzu môžu určiť právnu formu klubu pre účely účasti v športovej súťaži.[12]

Členmi bývajú často len rodičia trénujúcich detí, ktorí sa im snažia zabezpečiť podmienky a získať zdroje na činnosť. Na Slovensku lyžovanie nie je veľmi divácky populárny šport, preto je náročné získať sponzora. Kluby majú často problém získať financie len na samotný chod klubu, takže rozmýšľať nad dosiahnutím zisku je nezmyselné. Druhým kritériom pri voľbe právnej formy je obmedzenie SLA, na členstvo v tejto inštitúcii je pre klub nutné mať právnu formu občianskeho združenia. Preto túto formu majú prakticky všetky kluby na Slovensku.

2.3.1 Vymedzenie neziskových účtovných jednotiek

Opatrenie Ministerstva financií Slovenskej republiky z 10. decembra 2002, ako prvé zaviedlo nový pojem neziskové účtovné jednotky ktorým sa ustanovujú podrobnosti o postupoch účtovania a účtovej osnove pre účtovné jednotky, ktoré nie sú založené alebo

zriadené za účelom podnikania s účinnosťou od roku 2003. Toto opatrenie malo účinnosť do konca roka 2007.[4]

V súčasnosti platí opatrenie Ministerstva financií Slovenskej republiky zo 14. novembra 2007, ktoré nadobudlo účinnosť začiatkom roku 2008, ktorým sa ustanovujú podrobnosti o postupoch účtovania a účtovej osnove pre účtovné jednotky, ktoré nie sú založené alebo zriadené na účel podnikania. Aj tento právny predpis naďalej používa pojem „neziskové účtovné jednotky“.[4]

Podľa tohto právneho predpisu sa medzi neziskové účtovné jednotky zaraďujú napríklad politické strany a politické hnutia, občianske združenia, záujmové združenia právnických osôb, cirkvi a náboženské spoločnosti, nadácie a i.[4]

2.3.2 Vymedzenie občianskych združení

Občianske združenia právne upravuje zákon č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov v znení neskorších predpisov. Ako hovorí tento zákon „Občania môžu zakladať spolky, spoločnosti, zväzy, hnutia, kluby a iné občianske združenia, ako aj odborové organizácie a združovať sa v nich. Členmi združení môžu byť aj právnické osoby.“[11]

V súlade s týmto zákonom majú občania právo slobodne sa združovať a nepotrebnú povolenie žiadneho štátneho orgánu na výkon tohto práva. Združenia sú právnickými osobami a do ich postavenia a činnosti môžu štátne orgány zasahovať len v medziach zákona. Združovanie, členstvo v združeniach a účasť na činnosti musí byť dobrovoľná a každý má možnosť zo združenia slobodne vystúpiť.[4]

Ako je uvedené v Kordošová (2008, str. 12) „Združenie vzniká registráciou. Návrh na registráciu sa podáva Ministerstvu vnútra Slovenskej republiky a môžu ho podávať najmenej traja občania, z ktorých aspoň jeden musí byť starší ako 18 rokov. K návrhu je potrebné pripojiť stanovy v dvoch vyhotoveniach, v ktorých musia byť uvedené tieto náležitosti:

- názov združenia,
- sídlo,
- cieľ jeho činnosti,
- orgány združenia, spôsob ich ustanovovania, určenie orgánov a funkcionárov oprávnených konať v mene združenia,
- ustanovenia o organizačných jednotkách,
- zásady hospodárenia.“

Zaniknúť môže združenie právoplatným rozhodnutím ministerstva o jeho rozpustení, dobrovoľným rozpustením alebo zlúčením s iným združením. Pri zániku združenia sa vykonáva majetkové vysporiadanie. V prípade, že združenie zaniklo rozhodnutím ministerstva, vykoná majetkové vysporiadanie likvidátor určený ministerstvom.[4]

2.4 Financovanie lyžiarskeho klubu

Aj keď je občianske združenie vymedzené ako nezisková organizácia to neznamená, že svojím hospodárením nemôže dosiahnuť zisk. Tento zisk ale musí byť použitý na zabezpečenie tých činností, na ktoré bolo združenie zriadené. Nesmie byť použitý v prospech zakladateľov, členov orgánov a jej zamestnancov.

Zabezpečiť dostatok finančných zdrojov na fungovanie lyžiarskeho klubu je jednou z hlavných podmienok jeho existencie. Finančné zdroje môže združenie získavať napríklad od iných subjektov formou darov, dotácií zo štátneho rozpočtu, rozpočtov obcí a vyšších územných celkov, príjmov z 2% zo zaplatenej dane z príjmov fyzických a právnických osôb. Z členskej základne formou členských príspevkov a taktiež môže združenie financie získať z vlastnej činnosti, teda môže mať aj príjmy z podnikania.[4]

Možnosti financovania lyžiarskeho klubu sa rozdeľujú na dve základne oblasti. Buď sú to zdroje získané od tretích osôb ako napríklad dotácie z verejných zdrojov, dary a príspevky alebo financie od členov klubu a získané vlastnou činnosťou za reklamu a sponzoring, usporiadanie športových súťaží alebo prenájom športovísk.

2.4.1 Dotácie

Ako je uvedené v zákone pod pojmom dotácia rozumieme nenávratný finančný príspevok. Tento môže byť poskytnutý obcou, krajom, ministerstvom financií alebo od vstupu do Európskej únie aj z euro fondov.

2.4.2 Možnosť získania dotácie zo Žilinského samosprávneho kraja

Dotácie zo Žilinského samosprávneho kraja sú poskytované fyzickým aj právnickým osobám, ktoré majú sídlo na území tohto kraja a zároveň na tomto území prevádzkujú aktivity napríklad aj v oblasti športu. Táto dotácia sa poskytuje vo výške maximálne 1300 € na základe písomnej žiadosti, ktorej vzor je uvedený v prílohe č. 1. Žiadosť je potrebné doručiť v čase od 1. januára do 31. decembra predchádzajúceho roku, na ktorý je podaná na Úrad Žilinského samosprávneho kraja. Dotácia sa poskytuje na základe písomnej zmluvy a len na účely v nej uvedené. Zmluva musí okrem všeobecných náležitostí obsahovať aj výšku a účel

použitia dotácie, povinnosť vyúčtovať dotáciu žiadateľom a aj sankcie pri jej neoprávnenom použití.[10]

Vyúčtovanie je povinný vykonať prijímateľ do konca kalendárneho roku, na ktorý bola dotácia použitá. Taktiež musí preukázať, že bola využitá v priamej súvislosti s projektom a uchovať originály účtových dokladov. Vyúčtovanie sa zasiela na Úrad Žilinského samosprávneho kraja. V prípade, že prijímateľ nezačne s realizáciou projektu v čase uvedenom na zmluve alebo preruší realizáciu projektu, je povinný túto skutočnosť ohlásiť a vrátiť finančné prostriedky do siedmich pracovných dní. Takisto do siedmich pracovných dní je povinný vrátiť nevčerpanú výšku dotácie.[10]

2.4.3 Dotácie ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR

Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR je ústredným orgánom štátnej správy pre štátnu starostlivosť o šport. V jeho kompetencii je financovanie a koordinácia subjektov pôsobiacich v oblasti športu ako aj legislatívna činnosť. Celkový rozpočet ministerstva za rok 2011 pre oblasť športu predstavoval 25 800 000 Eur.[18]

V súčasnosti nie je zverejnená výzva na podávanie žiadostí pre oblasť športu. Na rok 2011 uplynula 31. januára 2011. Podmienky poskytovania štátnej dotácie upravuje zákon č. 300/2008 Z. z. o organizácii a podpore športu.[18]

Dotácia sa poskytuje na zabezpečenie športovej reprezentácie a starostlivosť o športové talenty, na zabezpečenie organizácie športových súťaží, na zabezpečenie športu pre deti mimo školského vyučovania, na vzdelávanie odborníkov v oblasti športu a.i. Dotácia sa poskytuje na základe žiadosti, účel, rozsah a podmienky poskytnutia sú uvedené v zmluve medzi ministerstvom a žiadateľom.[12]

Pri starostlivosti o športové talenty spolupracuje národný zväz so športovými klubmi a školami, so športovými zariadeniami a športovými strediskami. Šport pre deti mimo školského vyučovania slúži na upevňovanie zdravia, utváranie pozitívneho vzťahu k športu a umožňuje pomocou súťaží rozvíjanie súťaživosti a vyhľadávanie športových talentov. Ministerstvo uskutočňuje rozvojové projekty a programy a organizuje a podporuje školské športové súťaže na regionálnej a celoštátnej úrovni.[12]

2.4.4 Dotácie a granty z Európskej únie

Európska únia poskytuje granty na aktivity, ktoré majú súvis s politikami únie. Poskytuje ich v mnohých oblastiach, a preto sa tiež líšia podmienky pre ich získanie. Vždy si však treba dôkladne preštudovať zadávacie špecifikácie pre získanie konkrétneho grantu.

Vždy však ide o doplnkové financovanie, Európska únia nefinancuje celé projekty. Granty sú určené na niektoré operácie bez toho aby priniesli zisk príjemcom. Jednotlivé útvary Komisie, ktoré spravujú grantové programy ich každoročne zverejnia vždy do 31. marca. Následne zverejnia na svojich internetových stránkach výzvy k predkladaniu návrhov. Na základe tejto výzvy je možné predložiť návrh akcie, ktorá plne zodpovedá sledovaným cieľom a spĺňa dané podmienky. Útvary komisie každoročne zverejňujú zoznamy poskytnutých grantov na svojich internetových stránkach.[19]

Dotáciou je väčšinou možné financovať maximálne 50% až 60% nákladov. Finančné prostriedky sú vyplácané až spätne po úplnej a úspešnej realizácii projektu, preto je potrebné doložiť, že subjekt je schopný projekt financovať v plnej výške vrátane DPH bez ohľadu na získanie dotácie. Dotáciu žiadateľovi poskytne príslušné ministerstvo. Žiadosti sa prejednávajú podľa poradia v akom boli zaregistrované na príslušnom ministerstve. Ak príslušné ministerstvo dôjde k záveru, že žiadateľ nespĺňa podmienky, oznámi túto skutočnosť písomne žiadateľovi spolu s dôvodmi, pre ktoré bola žiadosť zamietnutá. Zmietnutie je konečné a nie je možné proti nemu podať odvolanie. Žiadosť sa podáva po uverejnení výzvy. Je vždy potrebné presne preštudovať na aké dotácie bola uverejnená výzva a na aké účely môže byť poskytnutá.[20]

2.4.5 2% z dane

Na Slovensku majú daňové subjekty možnosť odvieť 2% zo zaplatenej dane do neziskového sektoru. O túto sumu má možnosť požiadať aj lyžiarsky klub ak má formu občianskeho združenia. Člen klubu musí len požiadať daného poplatníka aby v daňovom priznaní vyznačil, že chce darovať 2% zo zaplatenej dane a zaznačil identifikačné údaje klubu. Poplatníkovi sa tento úkon nespája so žiadnymi dodatočnými nákladmi, preto je to často využívaný spôsob pomoci neziskovým subjektom. Možnosti darovania sú rôzne podľa toho, či daruje právnická alebo fyzická osoba.

Právnická osoba môže darovať 2% alebo 1,5% z dane. Ak právnická osoba v predchádzajúcom roku až do termínu na podanie daňového priznania a zaplatenie dane v danom roku darovala financie vo výške minimálne 0,5% z dane na verejnoprospešný účel (aj inej organizácii, nemusí byť iba prijímateľovi), tak môže poukázať 2% z dane a označí v daňovom priznaní, že poukazuje 2% z dane. Termín a podanie daňového priznania je zvyčajne do 31.3. v danom roku. Ak právnická osoba v predchádzajúcom roku nedarovala financie vo výške minimálne 0,5% z dane na verejnoprospešný účel, môže poukázať iba 1,5%

z dane. Samozrejme, daňové priznanie musí byť podané včas na príslušný daňový úrad a včas aj odvedená daň. Minimálna výška v prospech jedného prijímateľa je 8,30€.[13]

Darovať 2% z dane z príjmu môže darovať aj fyzická osoba, ktorá si sama podáva daňové priznanie alebo aj zamestnanci, ktorí zamestnávateľa požiadali o vykonanie ročného zúčtovania zaplatených preddavkov na daň z príjmov. V oboch týchto prípadoch môžu darovať maximálne sumu vo výške 2% zo zaplatenej dane, ale minimálne v hodnote 3,32€. Aj v tomto prípade musí byť daňové priznanie doručené včas a daň riadne zaplatená daňovému úradu.[13]

2.4.6 Reklama a sponzoring

Rozdiel medzi reklamou a sponzoringom je na Slovensku ťažké definovať, keďže z daňového hľadiska pojem sponzoring neexistuje. Možno si vypomôcť podpornou definíciou a to zákonom č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. § 38 ods. 1 pre účely tohto zákona rozumie sponzoringom akékoľvek plnenie poskytnuté právnickou alebo fyzickou osobou, s výnimkou vysielateľov alebo výrobcov audiovizuálnych diel, ktoré je určené na priame alebo nepriame financovanie programov na propagáciu mena, ochrannej známky, dobrej povesti alebo aktivít tejto osoby. Podľa nového zákona o reklame č. 147/2001 Z. z. je táto prezentáciou produktov v každej podobe s cieľom lepšieho uplatnenia na trhu. V čom je najväčší rozdiel oproti sponzoringu a jednoducho preukázateľný v oblasti športu, šíriteľom reklamy je fyzická alebo právnická osoba, ktorá reklamu šíri v rámci svojej podnikateľskej činnosti. Pri sponzoringu reklamu šíri klub, ktorý takto získava financie na svoju hlavnú činnosť, ktorou je združovanie a metodické vedenie detí a mládeže. Najčastejšími formami sponzoringu v športe je sponzorovanie športových podujatí, družstiev a individuálnych športovcov.[14]

2.4.7 Dary

Rozdiel medzi darom a sponzoringom je, že za dar poskytovateľ neočakáva žiadnu protihodnotu. Pri sponzoringu je touto protihodnotou šírenie dobrého mena spoločnosti a jej zviditeľnenie medzi verejnosťou. Pokiaľ ide o hľadisko daňového subjektu - sponzora, v princípe platí, že dar je nevýhodnejší ako peniaze poskytnuté za reklamu. Reklama totiž vstupuje do nákladov v plnej výške okrem určitých obmedzení. Zatiaľ dar predstavuje len limitovanú odpočítateľnú položku zo základu dane z príjmov. Na danú situáciu však treba nazerať aj z uhla pohľadu sponzorovaného subjektu. U príjemcu finančných prostriedkov

formou reklamy ide o zdaniteľný príjem. Dar je pritom možné efektívne udeliť z daňového hľadiska predovšetkým právnickej osobe.[14]

2.4.8 Vlastná činnosť

Ide o financie z vlastných zdrojov, získané prenájmom nehnuteľnosti, materiálu alebo získané za usporiadanie športovej akcie alebo akcie pre verejnosť.

2.4.9 Bankový úver

V neziskovom sektore ide o výnimočný a nie veľmi využívaný zdroj financovania. Banky nie veľmi často a nerady poskytujú finančné prostriedky na chod neziskových organizácii. Na založenie akejkoľvek spoločnosti prakticky žiadna banka neposkytne financie, keďže nemá žiadne informácie o bonite klienta. V ďalších rokoch fungovania by táto možnosť bola, ale úver by bolo problematické získať. Z predložených výkazov by muselo byť preukázateľne jasné, že spoločnosť nemá žiadne problémy s hradením svojich záväzkov a je schopná úver splatiť. Problém je aj v tom, že občianske zduženie prakticky nemá čím ručiť. Väčšina úverov vyžaduje ručenie nehnuteľnosťou, čo v prípade lyžiarskeho klubu väčšinou nie je možné. Základnú výbavu by však nemal byť problém uhradiť z členských príspevkov. Problém s financovaním by mohol vzniknúť v prípade, že by mal klub záujem usporiadať preteky. V tomto prípade by mohol mať klub problém uhradiť všetky jednorázovo zvýšené náklady na túto akciu.

2.4.10 Členské príspevky

Členské príspevky sú jediným stálym a istým zdrojom príjmov. Sponzoring, dary, dotácie ako aj príjmy z vlastnej činnosti sú väčšinou jednorazové a nie je isté, či sa ich klubu podarí získať, ale na druhej strane kluby členské príspevky určujú podľa týchto ďalších zdrojov financovania. Totiž ak klub nájde, napríklad sponzora môže výrazne znížiť členské príspevky.

2.5 Registrácia klubu

Registráciu je potrebné previesť na príslušnom orgáne štátnej správy ako aj na príslušnom športovom zväze, teda na Slovenskej lyžiarskej asociácii.

2.5.1 Registrácia na Ministerstve vnútra

V návrhu na registráciu sa uvádza názov klubu, sídlo, mená a ďalšie informácie o členoch prípravného výboru a prikladajú sa stanovy vo dvoch vyhodnoteniach. Vzor

registrácie uvádzam ako príloha č.1. Registrovým orgánom je Ministerstvo vnútra SR, sekcia verejnej správy, odbor všeobecnej vnútornej správy, Drieňová 22, 826 86 Bratislava 29.

K návrhu je nutné pripojiť aj potvrdenie o zaplatení správneho poplatku vo výške 66 €. Poplatok je možné uhradiť kolkovými známkami – v tom prípade sa odporúča ich zaslanie v poistenej zásielke, poštovým poukazom typu U alebo prevodom z účtu na účet správneho orgánu. Pri platbe poštovým poukazom je nutné k návrhu priložiť originál ústrižku poštového poukazu, pri platbe prevodom originál avíza banky potvrdzujúceho vykonanie úhrady.[21]

Ak bude zistené, že údaje uvedené na návrhu na registráciu sú nepresné alebo neúplné, ministerstvo na to upozorní bezodkladne, najneskôr do 5 dní od doručenia návrhu s tým, že kým nebudú nepresnosti odstránené, konanie o registrácii nezačne. Pokiaľ bude návrh odmietnutý, o odmietnutí rozhodne ministerstvo najneskôr do desiatich dní od začiatku konania a rozhodnutie doručí splnomocnencovi prípravného výboru. Proti tomuto rozhodnutiu je možné podať odvolanie do šesťdesiatich dní od doručenia rozhodnutia.[21]

Pokiaľ nebude zistený dôvod na odmietnutie registrácie, ministerstvo vykoná do desiatich dní od začiatku konania registráciu a zašle splnomocnencovi v tejto lehote jedno vyhotovenie stanov, na ktorom vyznačí deň registrácie, ktorým je deň odoslania.[21]

2.5.2 Registrácia v Slovenskej lyžiarskej asociácii

Aby sa členovia klubu mohli zúčastňovať na súťažiach musí byť lyžiarsky klub aj každý pretekár registrovaný ako člen Slovenskej lyžiarskej asociácie. Pri registrácii klubu je potrebné vyplniť prihlášku k evidencii, ktorá je uvedená na stránkach SLA a taktiež ju uvádzam ako prílohu č. 2. Ďalej je treba zaplatiť poplatok vo výške 80 €, platný na štyri roky na účet SLA. Vyplnenú podpísanú prihlášku spolu so stanovami a dokladom o pridelení IČ je treba odoslať na sekretariát SLA. Po zaregistrovaní klubu odošle sekretariát evidenčný list klubu.[17]

Nestačí však zaregistrovať len klub, ale aj pretekárov, aby im bola pridelená licencia a mohli sa zúčastňovať pretekov Slovenského pohára. Preto treba vyplniť súpisky pretekárov. Vyplňajú sa podľa kategórii, každý pretekár (zákonný zástupca) vyplní vyhlásenie športovca, v ktorom prehlasuje, že si uvedomuje riziká spojené s účasťou na súťažiach a bude rešpektovať pravidlá uvedené v súťažnom poriadku SLA, klub zaplatí poplatok podľa súťažného poriadku úseku a odošle elektronicky aj poštou súpisku na sekretariát spolu s vyhláseniami a dokladom o zaplatení. Sumy sú nasledovné predžiaci 5,- €, ak registrácia prebehne po 31.10.2009 10,- €, u žiakov a dospelých 10,- €, po 31.10.2009 20,-€.[17]

V prílohách pripájam vzor súpisu pretekárov ako aj prehlásenie športovca.

2.6 Zdaňovanie

Daňové priznanie sa podáva v lehote podľa zákona o dani z príjmu za predchádzajúce zdaňovacie obdobie.

Lyžiarsky klub nepodáva daňové priznanie, ak má iba príjmy, ktoré nie sú predmetom dane, teda príjem získaný z podielu zaplatenej dane, príjem získaný darovaním, podiel na zisku, vyrovnací podiel, podiel na likvidačnom zostatku alebo príjmy, z ktorých sa daň vyberá zrážkou. Nemusí podať daňové priznanie ani v prípade ak má okrem vyššie uvedených príjmov aj príjmy z členských príspevkov podľa vnútorných predpisov.[4]

„Predmetom dane neziskových účtovných jednotiek sú príjmy z činností, ktorými dosahujú zisk alebo ktorými sa dá zisk dosiahnuť, a to vrátane príjmov z predaja majetku, príjmov z nájomného, príjmov z reklám a príjmov, z ktorých sa daň vyberá zrážkou“ ako tvrdí Kordošová (2008, str. 129).

2.7 Manažment

Definovať pojem manažment nie je jednoduché, v súčasnej odbornej literatúre je možné nájsť viacero definícií. V minulosti pojem manažment znamenal podnikanie a obchod, a preto to bol pojem nevhodný pre neziskovú organizáciu. V súčasnosti má tento pojem širší význam a pri jeho definícii môžeme hovoriť o viacerých aspektoch:

- personálny aspekt je o riadení a motivácii pracovníkov, aby čo najefektívnejšie vykonávali svoje funkcie, pri športových organizáciách poskytujúcich služby sú pracovníci najdôležitejšou zložkou k dosiahnutiu úspechu
- z funkčného aspektu ide o činnosti a úlohy smerujúce k stanoveniu cieľa, sú to činnosti ako organizovanie, rozhodovanie, plánovanie, kontrolovanie, vedenie ľudí, atď.
- vecný aspekt zahŕňa postupné kroky v procese manažmentu a to určiť ciele, plánovať, rozhodovať, realizovať a kontrolovať
- inštitucionálny aspekt popisuje inštitúcie zaoberajúce sa samotným manažmentom vo vnútri organizácie.[7]

Ciele neziskovej organizácie sú rozdielne oproti podnikateľským subjektom. Ako už vyplýva aj z názvu ich cieľom nie je vykazovať zisk, ale poskytovať služby zákazníkovi alebo

združovať svojich členov s cieľom prezentovať ich spoločný záujem. Práve preto, že nie je založená za účelom zisku, má obmedzené zdroje a mala by mať efektívny marketing. Ďalším faktorom prenikania manažmentu aj do tohto sektoru je stále sa zvyšujúca konkurencia a získavanie darov, grantov a dotácií je náročnejšie. Organizácie si musia samy zháňať financie na svoju činnosť a túto činnosť uskutočňovať čo najefektívnejšie a najúčinnnejšie.[7]

2.7.1 Manažérske funkcie

Prvýkrát bola uvedená dodnes používaná a uznávaná klasifikácia manažérskych funkcií v roku 1983 Američanmi Kootzom a Weihrichom v klasickej učebnici manažmentu. Manažérske funkcie klasifikovali ako: plánovanie, organizovanie, výber a rozmiestnenie pracovníkov, vedenie ľudí a kontrola.[2]

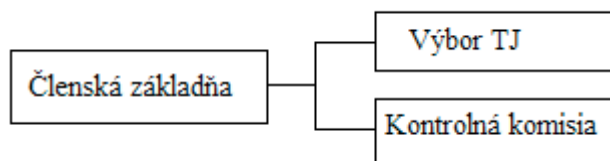
Plánovanie

Plánovanie je dôležité pre každú spoločnosť, táto musí hľadať spôsoby a cesty budúceho rozvoja v podmienkach stále sa meniaceho prostredia. Je to východisková funkcia pre všetky zvyšné oblasti. Zahŕňa určenie cieľa a voľbu činností k jeho dosiahnutiu. Už pri zakladaní si musí spoločnosť stanoviť zmysel činnosti a spôsob akým chce svoje poslanie plniť. Plánovanie napomáha koordinovať činnosti v určitom časovom horizonte, umožňuje lepšie sa prispôbiť trhu a reagovať pohotovo na zmeny a vytvára lepšie možnosti pre kontrolnú činnosť. Proces plánovania začína vypracovaním strategického plánu a alternatívnych možností podľa súčasného a predpokladaného stavu. Súčasne sa vypracovávajú podporné plány a celkový rozpočet na realizáciu cieľov. Strategické plánovanie je úlohou vedenia spoločnosti a zahŕňa všetky oblasti činnosti podniku od určenia právnej formy, ktorá sa neskôr premietne vo finančnej oblasti, cez určenie skupiny ľudí, ktorá bude spoločnosti pomáhať ale aj pre ktorú bude výsledný produkt určený. V športovej organizácii je potrebné určiť nielen ekonomické, ale aj športové ciele a spôsoby ako tieto ciele dosiahnuť. Treba ich rozlíšiť aj z časového hľadiska na krátkodobé, strednodobé a dlhodobé.[2]

Organizovanie

Organizovanie ako manažérska funkcia, znamená vytvorenie čo najefektívnejšej organizačnej štruktúry v rámci podniku. Štruktúry sa tvoria v závislosti na veľkosti a type organizácie, či sa jedná o regionálny klub, národný športový zväz alebo nadnárodnú asociáciu. Športové kluby majú väčšinou veľmi jednoduchú organizačnú štruktúru. Na obrázku (obr. 7.1) je uvedená štruktúra väčšiny regionálnych klubov, pokiaľ nemajú viac ako jeden oddiel. Medzi klubmi môže byť rozdiel v riadiacom výbore, inak povedané štatutárnom orgáne. Tento môže byť kolektívny – výbor TJ alebo môže byť klub vedený jednotlivcom – predsedom klubu.[2]

Obr. 2.1



Personalistika

Definíciou personalistiky je výber a rozmiestnenie pracovníkov do jednotlivých postov v organizačnej štruktúre. S tým tiež súvisí vytvorenie požiadaviek na pracovnú silu, nábor, ocenenie, školenia a rozvoj uchádzačov ale aj stálych pracovníkov.[2]

Pokiaľ by chcel klub vyškoliť vlastného trénera, v súčasnej dobe sa vykonávajú školenia pod vedením SLA.

Vedenie ľudí

Problém personalistiky v športovom klube je zložitejší, keďže tu nie sú zamestnanci ale členovia, ktorí v značnej miere financujú klub. Preto v rámci členskej schôdze je možné uplatniť len liberálny štýl, predseda môže navrhnúť rozpočet a možné riešenia, ale je na členskej schôdzi aby jeho návrhy schválila.

Väčší priestor má tréner pri metodickom vedení pretekárov. Jeho úlohou je viesť pretekárov tak, aby v súťažiach ale aj na tréningoch podali čo najlepší výkon. Pri tréningu tréner pôsobí na družstvo ako tím, cieľom je vytvoriť harmonickú a dynamickú jednotku, aby sa rozvíjali individuálne schopnosti každého člena. Tréner by mal mať schopnosť empatie, integrácie, trpezlivosti, zachovania odstupu a nestrannosti. Taktiež musí mať odborné znalosti a skúsenosti, dôveryhodnosť a autoritu. Nemal by len nariaďovať ale aj presvedčiť o správnosti svojich nariadení a presvedčiť pretekárov k podávaniu čo najlepšieho výkonu. Samotné príkazy a nariadenia môžu totiž viesť k pasivite jednotlivých členov. Na pretekoch už pôsobí tréner na každého pretekára samostatne je potreba predovšetkým motivácie a dodania odvahy, prípadne upokojenia pred štartom.[2]

Kontrola

Kontrola nám umožňuje zistiť súčasný stav športovej organizácie, či sa naplnili predbežné plány a súčasne predpovedať dôsledky predošlých rozhodnutí. Kontrole podlieha predovšetkým rozpočet organizácie, teda plán príjmov a výdajov. Tento nenahrádza účtovníctvo, ale mal by byť v súlade s ním aby spolu vytvoril systém kontroly a riadenia. Účtovníctvo má zákonom danú formu a zobrazuje organizáciu ako celok v minulom a súčasnom období. Podobu rozpočtu si môže organizácia stanoviť sama, môže byť zameraný

len na jednu oblasť a taktiež môže byť plánovaný na nasledujúce obdobie. U občianskeho združenia kontrolu prevádza dozorná rada, ktorú volí valná hromada. Kontrolná komisia predstavuje nezávislý orgán, v jej právomoci je kontrolovať všetky finančné a účtové operácie klubu, stav hospodárenia a podáva o svojich zisteniach správu štatutárnemu orgánu a valnej hromade.[2]

Ďalej kontrole môže podliehať aj športová činnosť klubu. V tomto prípade tréner stanovuje na začiatku sezóny tréningový plán a plán účasti na pretekoch – regionálnych ako aj v rámci Slovenského pohára. Kontrole podliehajú zistenia, či pretekári splnili predpokladané výsledky a dosiahli plánovaný počet tréningových jednotiek.

2.8 Marketing

„Marketing tvorí jednotný vzájomne prepojený komplex činností, ktoré vedú vo svojom konečnom dôsledku k dobre fungujúcemu trhu, zaisteniu potrieb a požiadaviek zákazníkov a následnému rastu ziskov firmy.“(I. Durdová, 2009)

Termín marketing je odvodený z anglického slova market = trh. Voľne je možné preložiť marketing ako prácu s trhom, teda komplex činností, ktoré sú spojené s vytváraním trhov a činnosti spojené s predajom tovaru. Moderný marketing spája viaceré, donedávna samostatné funkcie podniku (vývoj, výrobu, financie, personalistiku, odbyť), a preto sa považuje za podnikateľskú filozofiu, spôsob riadenia podniku s dominantnou orientáciou na trh.[1]

Marketing si kladie tri základné otázky a sú to čo? ako? pre koho? vyrábať. Odpoveďou na tieto otázky by mal byť kompromis medzi záujmami zákazníkov a predajcu. Na zaistenie optimálneho výsledku využíva marketing systém nástrojov nazývaných marketingový mix. Týmito nástrojmi sa zaoberalo viacero odborníkov, preto je ich počet podľa niektorých teórií rôzny. Najpoužívanejšie a najznámejšie je členenie podľa E. J. McCartyho na tzv. 4„P“ a to na:

- Product – akýkoľvek hmotný výrobok či nehmotný statok, ktorý sa stáva predmetom predaja,
- Price – jediný prvok, ktorý je pre spoločnosť zdrojom príjmov, je to peňažná čiastka za ktorú je ochotný predajca predat' a zákazník kúpiť,
- Place – miesto samotného predaja ale aj distribúcia, ktorá zahŕňa všetky subjekty, ktoré sa podieľajú na sprístupnení finálnych produktov na trh,

- Promotion – marketingová komunikácia, jej úlohou je informovať a ovplyvňovať nákupné chovanie spotrebiteľov.[3]

Segmentácia trhu

Nie je možné, aby organizácia pôsobila na všetkých trhoch a uspokojovala potreby všetkých zákazníkov. Zákazníci sú odlišní svojimi potrebami a možnosťami, ktoré ohraničujú predovšetkým ich príjmy. Ďalej sa líšia pohlavím, vekom, miestom, kde žijú a nakupujú a nákupnými zvyklosťami. Spoločnosť môže využiť všetky tieto charakteristiky na rozdelenie celkového trhu na menšie časti, ktoré spájajú zákazníkov s určitými typickými vlastnosťami. Zmyslom tohto delenia – segmentácie trhu je rozdeliť celkový trh na menšie homogénne celky, pre ktoré bude spoločnosť tvoriť marketingový program. Na rozčlenenie trhu sa používajú rôzne kritériá, najčastejšie sú to geografické, demografické a psychografické, ktoré charakterizujú správanie spotrebiteľov.[1]

2.8.1 Športový marketing

Športový marketing má rovnaké základy ako klasický marketing a využíva rovnaké nástroje. Aj keď je marketing spájaný väčšinou s koncepciou ziskovosti a konkurencieschopnosti, v posledných rokoch sa uplatňuje rovnako aj v organizáciách, ktoré netvorí zisk. Rozdiel oproti klasickému marketingu je v špecifickosti športového produktu a poňatia športu samotného. Športový produkt má jedinečné vlastnosti oproti produktom v ostatných oblastiach hospodárstva a rozdiel je aj vo formách predaja a propagácie. Športový produkt je väčšinou nehmotný, pri zápasoch sú výsledky nepredvídateľné, spája sa s ním emocionálnosť a nie je možné ovplyvniť množstvo faktorov, ako je napríklad počasie, zranenia, atď. Skúsenosti a interpretácia športových produktov je subjektívna a individuálna podľa každého jedinca. Šport so sebou nesie aj silné emócie a prežitkovosť.[3]

2.8.2 Marketingový mix v športe

Produkt

Športový produkt môže byť materiálnej aj nemateriálnej povahy. Ale prevažujú abstraktné nemateriálne produkty, u ktorých je dôležitá prežitkovosť, je obmedzená možnosť kontroly kvality a len ťažko sa dajú objektívne zhodnotiť. Materiálnymi produktmi sú športové odevy, výstroj a výzbroj, športové náradie a i. Nemateriálnych produktov je rada, v skratke je to služba zákazníkom. Napríklad to môžu byť ponuky telesných cvičení, ponuky účasti pre divákov na športových akciách, ponuky účasti súťažení na športových akciách, možnosti

konzultácie s odborníkom na šport a výživu, ponuka výučby a tréovania a taktiež produkty v oblasti vedy a výskumu, nové poznatky a ich šírenie rôznymi komunikačnými kanálmi.[3]

Cena

Cena je najflexibilnejším a najviac viditeľným prvkom marketingového mixu. Stanovenie ceny je pre spoločnosť náročné vzhľadom na charakteristiku športového produktu. Celková hodnota športového produktu nie je pre spotrebiteľa daná len cenou, ale aj jeho preferenciami, prístupom a požiadavkami. Nie je jednoduché stanoviť cenu, pretože príliš vysoká cena odradí tých, čo nie sú schopní alebo ochotní ju zaplatiť, nízka cena môže byť zas chápaná ako prejav nízkej kvality. Je preto veľmi dôležité pre každú organizáciu na začiatku fungovania stanoviť cenovú stratégiu. Pri cenových stratégiách rozlišujeme stratégiu prežitia, maximalizácie zisku, maximalizácie predaja, prestíže a návratnosti investícií.[3]

Miesto

Distribúcia zahŕňa všetky aktivity, ktoré zabezpečujú, aby bol produkt k dispozícii cieľovým zákazníkom. Pri umiestnení produktu na trhu analyzujeme dostupnosť, geografické rozmiestnenie trhu a podmienky distribúcie športového produktu. Pri materiálnych produktoch sa môžu vyskytovať aj zložitejšie distribučné kanály, ale u nemateriálnych produktov, pri ktorých k produkcii a spotrebe dochádza často na jednom mieste sa využíva priamy distribučný kanál. Tu môžu byť tri možnosti pri určení miesta služby. Pri prvej možnosti ide zákazník na miesto poskytovateľa služby, táto možnosť sa vyskytuje v športe častejšie, v druhom prípade je to obrátene, teda poskytovateľ služby ide k zákazníkovi, napr. osobný tréner môže poskytovať služby aj v mieste bydliska zákazníka, pokiaľ je toto dostatočne vybavené na športovú činnosť. Transakcia na diaľku nie je v športe veľmi využívaná. Táto možnosť je využiteľná len v oblasti poradenstva.[3]

Marketingová komunikácia

Ďalšou zložkou marketingového mixu je marketingová komunikácia. Je to systém komunikačných metód, ktorými ovplyvňujeme nákupné správanie zákazníkov. Pri komunikácii je potrebné zákazníka informovať o výrobkoch a službách, oboznámiť ho s vlastnosťami, vyzdvihnúť kvalitu a hodnotu, a taktiež prijímať podnety a požiadavky a reagovať na ne. Metódy marketingovej komunikácie sú reklama a sponzoring, podpora predaja, public relations, osobný predaj a priamy marketing.[1]

Úlohou reklamy je dostať produkt do podvedomia zákazníkov. Nevýhodou reklamy je však ťažko merateľná efektívnosť. Reklamu je možné šíriť viacerými médiami, napríklad cez

televíziu, rozhlas, noviny a časopisy, plagáty, atď. Najnovšou formou šírenia reklamy je v súčasnosti internet.

Podpora predaja slúži ku krátkodobej stimulácii predaja. Môže to byť napríklad predvádzanie výrobku a možnosť si ho na mieste vyskúšať, usporiadanie súťaží a hier, kupóny na zľavy, vernostné karty, predplatné atď.

Public relations je osobná forma prezentácie výrobku alebo služby s cieľom budovania dobrého mena a vytvárania pozitívneho vzťahu s verejnosťou. Príkladom je tlačová konferencia vedenia klubu, stretnutia verejnosti so športovými hviezdami, autogramiády a iné.

Osobný predaj, teda pôsobenie na zákazníka prostredníctvom osobného kontaktu sa využíva skôr pri materiálnych produktoch, v obchodoch so športovými produktmi.

Poslednou metódou je priamy marketing, interaktívna metóda, ktorá pomocou komunikačných nástrojov (poštovné zásielky, telemarketing, direct mail) sa snaží získať okamžitú, merateľnú spätnú väzbu.

2.8.3 Marketingový výskum

Marketingový výskum alebo výskum trhu zisťuje preferencie výrobkov na trhu, prognózu tržieb alebo vyhodnotenie výsledkov reklamy. K povinnostiam marketingového výskumníka patrí zisťovanie názorov spotrebiteľov a ich nákupného chovania. Marketingový výskum sa podľa Kotlera (2007) definuje ako „systematické plánovanie, zhromažďovanie, analyzovanie a hlásenie údajov a zistenie ich dôležitosti pre špecifickú marketingovú situáciu, pred ktorou sa ocitla firma“. Tieto údaje napomáhajú manažmentu pri rozhodovaní o činnosti spoločnosti a kontrole výsledkov. Na začiatku výskumu je potrebné definovať problém a v niektorých prípadoch aj segment pre ktorý je daný produkt určený. Problém nesmie byť definovaný ani príliš úzko ani zoširoka.[6]

Ďalším krokom je tvorba čo možno najúčinnšieho plánu na zhromaždenie potrebných informácií. K zberu primárnych dát sú na výber tri hlavné nástroje a to dotazník, kvalitatívne metriky a mechanické pomôcky.[6]

Dotazník pozostáva zo súboru otázok dávaných respondentom. Je najpoužívanejším nástrojom, ktorý sa pri zbere dát využíva a to hlavne vďaka svojej flexibilitě. Pred samotným výskumom je treba dotazník dôkladne zostaviť a vyskúšať na malej vzorke ľudí. Je treba pokladať čo najjednoduchšie otázky, dávať si pozor na ich formu a používať jednoduché a jasné vety. Nie je dobré byť predpojatý a navádzať respondenta k odpovediam. Aj forma

otázok môže zmeniť formu odpovede. Rozlišujeme medzi dvoma typmi otázok a to otvorenými a uzatvorenými. Pri otvorených otázkach nie sú respondenti obmedzení v odpovedi, odpovedajú svojimi slovami a presne to, čo si myslia. Tento typ otázok odhalí síce viac o tom, čo si ľudia myslia, ale nie každý na tento typ otázok rád odpovedá a často ich ľudia vynechávajú. Uzavreté otázky ponúkajú respondentovi zoznam možností, z ktorých si môže vybrať, je ľahšie ich interpretovať a ľahšie sa spracovávajú.[6]

3 Vlastné výskumné šetrenie

3.1 *Financovanie klubu*

V ďalšom texte uvádzam možnosti financovania zistené prieskumom v lyžiarskych kluboch a bankách v Žiline.

3.1.1 Vlastná činnosť klubu

Vlastnou činnosťou lyžiarskeho klubu je predovšetkým usporiadanie vlastných akcií. V minulosti niektoré kluby vlastnili lyžiarsky vlek a jeho prevádzkovaním získavali financie na svoje fungovanie. V súčasnosti už celé strediská vlastnia veľké spoločnosti, takže tento spôsob financovania už nie je aktuálny. Pri usporiadaní akcie, ako napríklad celoslovenské preteky, je väčšia možnosť získať sponzora, ako na samotné fungovanie klubu. Tento uhradí veľkú časť nákladov a zabezpečí ceny pre víťazov a klub získa financie zo zaplateného štartovného. Ďalšou možnosťou môže byť požičiavanie materiálu, napríklad časomierey za poplatok. Alebo najväčší klub fungujúci na Slovensku má svoj vlastný bazár, kde predáva starú výstroj od svojich členov.

3.1.2 Členské príspevky v súčasných lyžiarskych kluboch

V jednotlivých kluboch sú príspevky veľmi rozdielne, pohybujú sa v rozmedzí od 2€ do približne 1 600€ ročne. Napríklad TJ Nižná má ročný členský príspevok 2€. Tyče a materiál im zabezpečila telocvičná jednota a všetky ďalšie poplatky hradia rodičia jednotlivo, podľa počtu tréningov a účasti na pretekoch. Ďalej majú nízke príspevky predovšetkým veľké kluby, kluby, ktoré fungujú dlhšiu dobu a taktiež tie, čo usporadúvajú vlastné súťaže. Tu sa pohybujú príspevky od 20€ do 200€ ročne. Staršie kluby už majú nakúpený a splatený všetok materiál, preto sa financie vynakladajú už len na tréningový proces a hradenie pretekov. Občasné dokupovanie materiálu nie je až tak veľkou položkou. Pri veľkých kluboch sa potrebné financie na materiál rozložia medzi viac ľudí, tak je jednoznačné, že pri rozpočítaní, na

jedného člena nepripadne tak veľká čiastka. A v neposlednom rade ak klub usporadúva pretek dlhšiu dobu a zúčastní sa ho dostatočné množstvo pretekárov, potom si na svoju činnosť dokáže získať prostriedky zo zaplateného štartovného.

Ostatné kluby svoju činnosť hradia predovšetkým z členských príspevkov. Tie sa pohybujú v rozmedzí zhruba 400€, až do výšky 1 600€ za rok. Tu záleží ako dlho klub funguje, koľko má členov a za aké ceny dokáže zohnať materiál. Ďalším faktorom je aj čo všetko tento príspevok zahŕňa, ako sa zabezpečuje doprava, atď. V niektorých kluboch sa do príspevkov zahŕňa len potrebná suma na dokúpenie materiálu a poplatok za tréning. Všetky zvyšné náklady ako štartovné, doprava a výjazdy sa hradia samostatne. Pri vyššom poplatku už tento zahŕňa všetku činnosť a nie je potrebné, aby členovia vynakladali dodatočné financie.

3.1.3 Poskytovanie sponzoringu

Nie každý klub organizuje športové podujatie, ale ak sa pre to rozhodne je táto forma spolufinancovania preň rozhodne zaujímavá. Sponzori nie vždy poskytnú len finančné prostriedky, v lyžovaní často skôr ceny pre víhercov, alebo malú pozornosť pre každého pretekára. Ak sa však rozhodne poskytnúť financie, reklama býva umiestnená väčšinou v priestoroch cieľa kde sa združuje najviac ľudí.

Ďalšou možnosťou sponzoringu je sponzorovanie klubu. V tomto prípade sponzoringu je tiež viacero možností. Okrem poskytnutia finančných prostriedkov môže sponzor poskytnúť výbavu alebo výraznú zľavu na nákup tovaru. V prípade, že nejde o výrobcu športových produktov a logo spoločnosti nie je priamo na výstroji, je možné logo spoločnosti umiestniť na helmách alebo bundách pretekárov, prípadne na kombinéze, v ktorej pretekári absolvujú pretek.

Sponzoring individuálnych športovcov v tomto prípade nejdeme rozoberať, keďže pri zakladaní klubu je ťažké odhadnúť, kto bude mať najlepšie výsledky a či vôbec klub vychová reprezentanta. Na začiatku budú v klube len deti zhruba od päť do sedem rokov.

Z mojich skúseností sú sponzormi v lyžovaní v mládežníckych kluboch takmer výlučne rodičia a známi pretekárov. Je veľmi náročné nájsť externého sponzora, keďže lyžovanie nie je na Slovensku mediálne atraktívny šport.

3.1.4 Možnosť poskytnutia úveru

Ak by banka úver poskytla, išlo by o prevádzkový úver. Prvou možnosťou je kontokorent, poskytuje sa na jeden rok ako debet na bežnom účte klienta. Druhou možnosťou by mohol

byť splátkový úver so splatnosťou do troch rokov. Oba úvery sa poskytujú skôr na nižšie čiastky, na hradenie jednorázovo zvýšených výdavkov spoločnosti na nákup materiálu alebo v prípade potreby spoločnosti preklenúť časový rozdiel medzi vystavenou faktúrou a jej splatnosťou. Maximálna výška úveru sa pohybuje okolo 20% z výšky tržieb. Úrok by sa pohyboval podľa danej referenčnej sadzby zvýšenej o maržu 3% až 9%. Prípadne by bola stanovená stála sadzba.

3.2 Podmienky tréningu v lyžiarskom stredisku Vrátna Free Time Zone

So strediskom je potrebné uzavrieť Zmluvu o spolupráci, podľa § 269 ods.2 Obchodného zákonníka. Poskytovateľom v rámci svojej podnikateľskej činnosti je lyžiarske stredisko a objednávateľom je záujmové združenie, cieľom ktorého je výchova a tréning pretekárov v lyžiarskych zjazdových disciplínach. Predmetom zmluvy je záväzok poskytovateľa na základe požiadaviek záujmového združenia prenechať do užívania lyžiarske trate (zjazdovky) v lyžiarskom stredisku a záväzok objednávateľa zabezpečiť plnenie úloh organizačného výboru pre usporiadanie pretekov, ďalej zaplatiť poskytovateľovi odmenu a to podľa podmienok dohodnutých v zmluve. Objednávateľ sa zaväzuje užívať lyžiarske trate na účely vykonávania tréningu svojich členov.

Poskytovateľ sa zaväzuje sprístupniť lyžiarsku trať v čase od 7.00 hod. do 8.45 hod. a k tomuto času zabezpečiť aj prevádzku k nej prislúchajúceho vleku v dňoch a v rozsahu uvedenom v písomnej požiadavke objednávateľa (ďalej ako "tréning"). Požiadavka na sprístupnenie lyžiarskej trate musí byť doručená minimálne 24 hodín pred požadovaným termínom. Pre doručenie požiadavky platí aj faxové podanie alebo telefonická dohoda, prípadne SMS správou. Poskytovateľ je oprávnený zmeniť lyžiarsku trať oproti trati požadovanej, najmä pokiaľ jej technický stav v čase začatia tréningu nebude vhodný na prevádzku a objednávateľ sa zaväzuje takúto zmenu akceptovať. Objednávateľ súhlasí s tým, že v čase jeho tréningu sú lyžiarske trate oprávnené užívať aj iné lyžiarske kluby po dohode so zodpovednou osobou, ktorá koná v mene lyžiarskeho strediska. Objednávateľ je povinný vykonať také opatrenia a zabezpečiť okraj lyžiarskej trate tak, aby trénujúci lyžiari, ktorí sa dostanú mimo lyžiarskej trate nemohli ohroziť alebo zraniť seba alebo tretie osoby, najmä voľne lyžujúcich lyžiarov (verejnosť) a za tým účelom zabezpečiť údržbu, značenia a kontrolu trate.

Po ukončení tréningu, najneskôr o 9.00 hod. je objednávateľ povinný ihneď odstrániť z lyžiarskej trate všetky zariadenia a pomôcky, ktoré používal pri tréningu a uvoľniť lyžiarsku trať pre verejnosť a upraviť tréningovú trať tak, aby verejnosť nebola ohrozená zlým stavom trate. Trénujúcim lyžiarom a trénerom je v celom lyžiarskom areále zakázané predbiehanie sa na vlekoch. Lyžovanie trénujúcich lyžiarov a trénerov mimo času určeného na tréning, sa považuje za voľné,

rekreačné lyžovanie. Poskytovateľ je oprávnený vyzvať objednávateľa k okamžitému ukončeniu vykonávania tréningu, pokiaľ zo strany objednávateľa došlo k porušeniu povinností vyplývajúcich zo zmluvy, právnych predpisov, alebo technických predpisov (vrátane predpisov, ktoré vydali lyžiarske zäzy).

Objednávateľ je povinný vyhlásiť, že:

- pozná prevádzkový poriadok lyžiarskeho strediska, zaväzuje sa tento dodržiavať a jeho dodržiavanie vyžadovať aj od trénujúcich lyžiarov a ďalších osôb, ktorých prítomnosť na, alebo v okolí lyžiarskej trate, ktorú má k dispozícii a súvisí s vykonávaným tréningom,
- preberá plnú a výlučnú zodpovednosť za škodu na, alebo v okolí tréningovej trate a zaväzuje sa, že vykoná všetky príslušné bezpečnostné opatrenia a v celom rozsahu sa postará o bezpečnosť trénujúcich lyžiarov vyžadované pri tréningoch a vykoná všetky opatrenia na to, aby nedošlo ku poškodeniu zdravia trénujúcich lyžiarov a verejnosti pokiaľ tréning bude vykonávaný v prevádzkovom čase určenom pre verejnosť,
- tréner alebo tréneri sa počas tréningu a na lyžiarskej trati stávajú jeho zástupcami a osobne sú zodpovední voči Poskytovateľovi za dodržiavanie všetkých povinností a podmienok stanovených touto Zmluvou a príslušnými právnymi a technickými predpismi a tiež, že ich správanie sa priamo prisudzuje objednávateľovi, takže tento ručí za ich chyby tak, ako by jeho vlastné,
- v plnom rozsahu nahradí všetky škody, ktoré vzniknú trénujúcim lyžiarom, tretím osobám alebo poskytovateľovi v súvislosti so zmluvou.

Objednávateľ sa zaväzuje za užívanie lyžiarskej trate zaplatiť poskytovateľovi odplatu vo výške 1000 € za zimnú sezónu a poskytnúť reklamu Vrátna Free Time Zone. Dohodnutú odplatu objednávateľ vykoná na základe protokolu a faktúry vystavenej poskytovateľom.

Zmluva sa uzatvára na dobu určitú do 30.4. daného roku. Pred uplynutím dohodnutej doby platnosť zmluvy končí na základe písomnej dohody zmluvných strán alebo písomným okamžitým odstúpením poskytovateľa od zmluvy. Poskytovateľ je oprávnený okamžite od zmluvy odstúpiť v prípade, že objednávateľ nedodrží zmluvné podmienky. Ukončením platnosti zmluvy nie sú dotknuté nároky poskytovateľa na úhradu odplaty a náhradu škody. Zmluva nadobúda platnosť a účinnosť dňom jej podpisu obidvoma zmluvnými stranami.

3.3 Personálne zastúpenie

V lyžiarskom klube sú zamestnancami tréneri. Je potrebné získať aspoň jedného trénera s vysokou kvalifikáciou a skúsenosťami v danom odbore. Na tréning je na Slovensku len obmedzený čas ráno pred otvorením pre verejnosť, a preto je nutné mať skúseného človeka aby rýchlo, efektívne a bez problémov postavil trať, ktorú budú jeho zverenci počas tréningu jazdiť. Pomocní tréneri by mali byť skôr mladší so stále dobrou lyžiarskou technikou, aby

mohli ukázať správny prejazd trate a správne postavenie v oblúku. Taktiež pre najmenšie deti je potrebná pre rýchle naučenie ukážka. Zároveň pomocníci pomáhajú pri stavbe trate, čím získavajú skúsenosti a postupne môžu viesť tréningovú jednotku aj samostatne.

Druhým problémom pri personalistike v lyžiarskom klube je získavanie členov. Nábor je potrebné urobiť pred zimnou sezónou, aby počas leta mohli noví pretekári nabráť fyzickú kondíciu a boli pripravení na náročnosť daného športu. Nábery je možné urobiť v materských a základných školách alebo zverejnením inzerátu v regionálnych novinách. Do lyžiarskych klubov sa ťažšie získavajú členovia ako v niektorých iných športoch vzhľadom na vyššiu finančnú náročnosť.

3.4 Vstupné náklady

V pretekovom lyžovaní je cieľom prejsť vyznačenú trať za čo najkratší čas. Preto aj v tréningovom procese je potrebné naučiť zverencov jazdiť v bránach a čo najviac im priblížiť pretekovú jazdu.

Základ na postavenie slalomu je vrtáčka, špeciálny vrták, kľúč na zatočenie tyčí a rôzne druhy tyčí. Na celú výbavu sú špecializované obchody, v dole uvedenej tabuľke uvádzam cenové rozmedzie podľa cenníkov jednotlivých predajní. Cenové rozmedzie je uvedené pre ilustráciu značných rozdielov medzi cenami jednotlivých predajní.

Z českých zdrojov boli ceny prepočítané podľa aktuálneho kurzu Národnej banky Slovenska 1€=24,543kč.

Poplatky za prenájom telocvične sa pohybujú okolo 15€ za hodinu, platby pre trénerov do 10€ za hodinu, v závislosti na kvalifikácii, pre hlavného trénera práve týchto 10€ na hodinu, pomocní tréneri o niečo menej, cca 5€/hod. Na jedného trénera v telocvični môže pripadať aj dvadsať detí, na svahu je však pri menších deťoch a začiatkoch lepšie 5 - 7 detí na trénera, pri starších môže byť toto číslo aj vyššie.

Tab. 3.1

Vřtačka	267€ - 443€
Kľúč	105,91€ - 125€
Vrták	84,49€ - 185€
Meter	66,28€ – 78,96€
Sietky	4€
klobúčik	13,20€
Štetiny	8,57€ – 9,77€
Krátka tyč, bez závit, bez kľbu	10,71€ – 15,05€
Krátka tyč, so závitom, bez kľbu	110,23€ – 17,97€
Krátka tyč, bez závit, s kľbom	14,91€ – 30,55€
Krátka tyč, so závitom, s kľbom	17,78€ – 37,15€
Pevná tyč	8,93€ – 21,80 €
Dlhá tyč, bez závit, nie podľa predpisov FIS	18,33€ (typ nie v klasickej dĺžke) 20,88€ – 23,38€ (soft) Ďalšie typy 26,15€ – 31,05€
Dlhá tyč, so závitom, nie podľa predpisov FIS	24,87€ (typ nie v klasickej dĺžke) 26,12€ – 28,44€ (soft) Ďalšie typy 28,32€ – 36,67€
Dlhá tyč, bez závit, podľa predpisov FIS	28,14€ – 35,20€
Dlhá tyč, so závitom, podľa predpisov FIS	31,89€ – 36,60€
Náhradná tyč (len vrchná umelohmotná časť)	14,88€ – 18,30€
Náhradný závit	11,60€ – 13€
Náhradný kľb	19,60€
práporky	8,81€ – 14,34€

Pre začínajúci klub, aby si deti začali zvykať na vyznačenú trať je potrebná minimálne vřtačka so špeciálnym vrtákom a jeden z typov krátkych mäkkých tyčí. Vřtačka musí byť samozrejme akumulátorová, keďže na svahu nie je možnosť zapojenia do elektrickej siete. Akumulátor musí mať výkon minimálne osemnásť voltov, pretože nie vždy je ideálny sneh a niekedy sa vřta aj do ľadu alebo hlíny. Akumulátor s menším výkonom by nestačila na sťažené podmienky terénu. Vo výbere som uprednostnila skôr profesionálne náradie pre jeho

dlhšiu životnosť a vyššiu kvalitu. Pri krátkych tyčiach sú na výber viaceré možnosti – sieťové tyče, štetinky, klobúčiky alebo krátke tyče bez závit, nemusia byť ani kľbové, viď (obr. č. 3.1). Tieto možnosti sú vhodné hlavne pre malé deti, lebo sa nepriblížia veľmi k tyčiam, tým pádom nie je nápor na tyče a tie ani nemusia mať závit na upevnenie v snehu a je lepšie krátka tyč aby sa jej nebáli a naučili sa k nej priblížiť. Detom do 6 – 7 rokov sa stavia krátky slalom, je potrebných asi 15 – 20 zmien smeru. Sieťové a štetiny sa väčšinou stavajú dve na jednu zmenu smeru, klobúčik stačí jeden. Na obrázkoch sú ukážky niektorých druhov.

Obr. č. 3.1: Ukážky vyznačenia trate pre začiatočníkov



Pri starších pretekároch, od 8 do 12 rokov treba už aj dlhé tyče, so závitom a kľbové. tým pádom je nevyhnutný aj kľúč na zatačanie tyčí (obr. č. 3.3). závit je nutný, keďže deti sa priblížia k bráne a ak ich začnú zrážať tyče by nedržali a tréner by po každej jazde musel dráhu upravovať. Postupne sa začínajú stavať rôzne kombinácie, krátka – dlhá tyč až sa prejde na vyznačenie trate len dlhými tyčami. Kľb je tiež nutný keď pretekári zrážajú tyče, lebo tento náraz zjemňuje a dlhé tyče aby sme sa tréning priblížil pretekovým podmienkam. Ešte však nie je nutné kupovať najdrahšie brány určené aj pre svetový pohár. Krátke tyče sa stále využívajú ale už viac na vyznačenie správneho prejazdu traťou, na naučenie časovania oblúka, teda kedy začať a kedy ukončiť oblúk aby bol prejazd traťou čo najrýchlejší (obr. č. 3.2). Ďalšou položkou sú práporky, jedna brána obrovského slalomu totiž pozostáva z dvoch tyčí a práporku.

Obr. č. 3.2: Vyznačenie prejazdu trate



Obr. č. 3.3: Kľúč na zatočenie kĺbovej tyče



Od vyšších kategórií je treba začať používať tyče podľa predpisov FIS. Tieto sa používajú od pretekov Slovenského pohára žiakov, preto je dobré, aby si na ne pretekári zvykli. V tejto kategórii sa začína aj s ďalšou disciplínou – slalomom. V nižších kategóriách sa jazdí len obrovský slalom. Na správnu techniku prejazdu v slalome – zrážanie tyče predkolením (obr. č. 3.4 a č. 3.5) sa používajú krátke kĺbové tyče. Je potrebné väčšie množstvo tyčí, trať sa stále predlžuje a pri tréningoch slalomu sa tyče viac ničia. Pri junioroch je dobré dokúpiť aj špeciálny meter, ktorý má presný úchyt na tyč na postavenie trate s presnými vzdialenosťami brán. Krátke tyče sa stále môžu využívať ako pomôcka pri tréningu, z tenších tyčí, ktoré nezodpovedajú predpisom FIS sa stavajú vonkajšie brány.

Obr. č. 3.4 a č. 3.5: Postavenie pretekára v slalome



Ak chce klub organizovať aj preteky je potrebný väčší počet brán. Na tréningu sa nie vždy stavajú aj vonkajšie tyče, ale na pretekoch v kategóriách predžiakov a žiakov je zvykom ich stavať. Ďalším dôvodom potreby vyššieho počtu je nutnosť výmeny tyče v prípade jej poškodenia. Toto je časté hlavne pri kategóriách starších žiakov a juniorov v slalome. Potom sú potrebné ochranné siete, tie nie vždy musí zabezpečovať klub, niekedy ich poskytne

stredisko. Ako vonkajšie tyče a tyče na upevnenie ochranných sietí sa môžu použiť aj pevné tyče. Tieto nemajú závit ani klb a ich cena je výrazne nižšia. V neposlednom rade je potrebná časomiera a k nej tabuľa, kde sa zobrazujú výsledné časy. Ceny časomier sa pohybujú od dva a pol do tri a pol tisíce eur, výsledková tabuľa okolo jeden a pol tisíce eur. Je možnosť aj zapožičania časomier, kde je cena okolo dvesto až tristo eur.

Obr. č. 3.6: Trať s využitím aj vonkajších brán



Obr. č. 3.7: Štart preteku



3.5 Kalkulácia

S náborom by bolo vhodné začať počas zimnej sezóny, aby mali deti možnosť vyskúšať priebeh tréningovej jednotky. Zo začiatku by mal klub skôr formu lyžiarskej školy, kým by sa neustálila členská základňa. Potrebný je vstupný kapitál v hodnote okolo 470€, na ktorý by sa museli zložiť prví členovia a postupne by sa im v priebehu ďalších rokov splácal. Suma zahŕňa platbu za vrtáčku, vrták a krátke tyče – sieťky v množstve 20 kusov. V začiatku fungovania klubu by sa teda platilo systémom ako v lyžiarskej škole za odučenú hodinu. Výška sumy za hodinu by bola v závislosti od počtu detí, ktoré sa hodiny zúčastnia. Výučba by zahŕňala výučbu základov lyžovania a základnej techniky, pri väčšom počte detí by sa použili aj tyče na vyznačenie trate.

V priebehu sezóny by bolo potrebné ustáliť členskú základňu a postupne prejsť na pravidelné tréningy, zatiaľ len na svahu a formou hry. Po skončení zimnej sezóny by sa už so stálou členskou základňou začali usporadúvať tréningy v telocvični dvakrát týždenne zamerané na celkový fyzický rozvoj a prešlo by sa na spôsob mesačných poplatkov, z dôvodu nutnosti zaplatiť poplatky za prenájom telocvične a zjednotenia platieb. V letných mesiacoch

a v prípade priaznivého počasia, je možnosť usporiadania tréningovej jednotky aj na voľnom priestranstve, na bežeckej dráhe, alebo v blízkosti na Vodnom diele Žilina kde sa nachádza väčší zatrávnený priestor, ktorý je pravidelne kosený a betónová plocha vhodná na tréning na korčuliach. Týmto spôsobom by klub mohol ušetriť financie z poplatkov za prenájom telocvične. V ideálnom prípade by bolo potrebné získať minimálne 15 detí, aby platby neboli príliš vysoké. V prvom roku by však bol mesačný poplatok aj počas letnej sezóny vyšší, aby sa získal potrebný kapitál na ďalší nutný materiál pre nadchádzajúcu zimnú sezónu – dlhé tyče so závitom, kľúč na ich zatáčanie a práporky pre prípravu na preteky. Nie je potrebné kupovať dlhé tyče podľa predpisov FIS, stačia mäksie, ktoré aj pri prípadnom ataku pretekára kladú menší odpor. Mesačná platba by závisela na počte detí a bolo by z nej potrebné zaplatiť prenájom telocvične, plat pre kondičného trénera a ušetriť financie na nadchádzajúcu sezónu. Pri počte detí od 15 do 20 by bol poplatok od 40€, ak by sa však niektorí rodičia zaviazali poskytnúť sponzoring alebo dar na nákup materiálu, tento poplatok by sa výrazne znížil.

V zimnej sezóne by sa už zaviedol presný režim tréningov. Dvakrát týždenne tréningy v telocvični a minimálne dvakrát týždenne tréningy na svahu. Členský príspevok by bolo nutné vypočítať tak, aby sa pokryli aj náklady pri zvýšenom počte tréningových jednotiek, ako aj pri pribraní pomocných trénerov. Na svahu je potrebná ukážka a pri počte detí nad 7 v jednej skupine, by bol tréning príliš zdĺhavý, neefektívny a nezaujímavý hlavne pre menších pretekárov. Práve preto by bolo potrebné pribrať pomocného trénera. So staršími pretekármi už nie je potrebné absolvovať každú jazdu, preto jeden tréner už nemá problém zvládnuť tréningovú jednotku aj s väčším počtom pretekárov.

V nasledujúcich sezónach ak by sa pokračovalo v nábore a rozširovaní klubu. Mesačné poplatky by tak bolo možné znižovať, materiál by sa nakupoval postupne. Nie je už potrebné uskutočňovať nákup nárazovo v tak veľkých množstvách.

Prehľad približnej kalkulácie:

Začiatky klubu:	vítačka 300€
	vrták 90€
	krátke tyče 4€/ks x 20ks = 80€
	spolu 470€
Nadchádzajúca sezóna:	kľúč 110€
	dlhé tyče bez závit 21€/ks x 20ks = 420€
	dlhé tyče so závitom 27€/ks x 20ks = 540€
	práporky 10€/ks x 20ks = 200€

spolu 1270€ (tento nákup je možné urobiť aj postupne v priebehu sezóny)

Letná sezóna: prenájom telocvične 15€/hodina, tréning 2x týždenne 2 hodiny =
240€ mesačne

platba trénerovi od 10€/hodina, tréning 2x týždenne 2 hodiny =
160€ mesačne

spolu 400€ mesačne

Na jedno dieťa, pri počte 20 detí platba za tréningy: $400/20 = 20\text{€}$ mesačne

Zimná sezóna: prenájom telocvične + platba trénerovi za kondičný tréning.....

ako v letnej sezóne 400€ mesačne

platba trénerovi za tréning na svahu od 10€/hodina, 2x týždenne 2 hodiny
..... 160€ mesačne

pomocný tréner od 80€ mesačne

spolu 640€ mesačne

Na jedno dieťa, pri počte 20 detí platba za tréningy: $640/20 = 32\text{€}$ mesačne

Mesačná platba v nadchádzajúcej sezóne:

ročný poplatok za tréning na svahu 1000€

nákup materiálu 1270€

tréningové poplatky leto 7mesiacov x 400€ = 2800€

tréningové poplatky zima 5mesiacov x 640€ = 3200€

spolu 8270€

Na jedno dieťa, pri počte 20 detí platba za tréningy: $8030/20 = 402\text{€}$ ročne

$402/12 = 33\text{€}$ mesačne

Ďalšie sezóny: postupné dokupovanie - dlhé tyče so závitom, dlhé tyče bez závitov, v prípade poškodenia krátke tyče.

Kalkulácia je prevedená podľa hore uvedenej tabuľky, pričom som sa prikláňala k nižším sumám, ceny sú zaokrúhľované na celé desiatky nahor.

3.6 Verejný prieskum

Vo svojom výskume som sa zamerala na rodičov s malými deťmi zaujímajúcimi sa o šport a lyžovanie, a preto som oslovovala klientov lyžiarskej školy v stredisku Vrátna Free

Time Zone. Toto stredisko je jedným z najväčších v Žilinskom kraji, navštevujú ho celoročne turisti z celého Slovenska, ale aj zo zahraničia. Stredisko vychádza v ústrety aj lyžiarskym klubom, trénujú a trénovali tu okrem domáceho klubu aj iné kluby, vrátane reprezentačného družstva Slovenska, najúspešnejšej slovenskej lyžiarky Veroniky Zuzulovej a prvého Slovenského medailistu zo zimných Olympijských hier Radoslava Žideka, ako aj zahraničné kluby, napríklad z Chile.

Na prieskum som zvolila formu dotazníku, ktorý obsahoval predovšetkým uzatvorené otázky. Počet otázok som zvolila zámerne nižší, aby sa neznížila ochota opýtaných vyplniť dotazník pre veľkú časovú náročnosť. Otázky som volila podľa potrieb lyžiarskeho klubu, ako finančných tak aj časových. Pred samotným prieskumom som dotazník rozdala menšej vzorke ľudí, aby som zistila prípadné nedostatky. Pri samotnom prieskume na mi podarilo úspešne osloviť štyridsať ľudí zo Žiliny a blízkeho okolia.

Základom môjho šetrenia bolo zisťovanie, či by bol záujem o zjazdové lyžovanie na pretekárskej úrovni, a teda či by bolo možné, aby klub vznikol. Potrebná informácia je predovšetkým, či by sa nazbieral dostatočný počet detí. Ďalej ma zaujímalo, ako vnímajú opýtaní lyžovanie, či si uvedomujú jeho časovú, ako aj finančnú náročnosť, aké podmienky by im vyhovovali a či by bolo možné získať dostatočné množstvo finančných prostriedkov na fungovanie klubu. Počas vyplňania dotazníku som s niektorými opýtanými viedla aj rozhovor, čo bolo pre mňa taktiež veľmi prínosné.

3.6.1 Rozbor dotazníku

1. Pohlavie ☐ muž ☐ žena

Začiatok dotazníku tvorili demografické údaje, presne pohlavie a miesto bydliska. Čo sa týka opýtaných, podiel mužov a žien bol približne vyrovnaný. Zaujímalo ma, či sa budú odpovede líšiť alebo zhodovať v závislosti na pohlaví. Odpovede mužov sa nelíšili od odpovedí žien. Všetci sa k problému stavali predovšetkým ako rodičia a snažili sa odpovede vybrať v prospech dieťaťa.

2. Mesto, v ktorom bývate

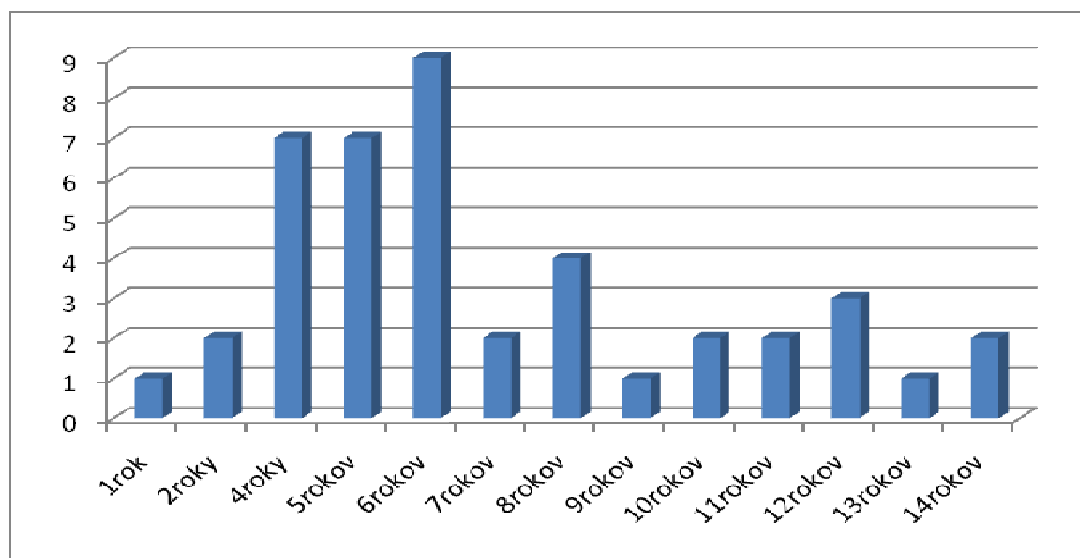
Vo svojom výskume som sa zamerala predovšetkým na stredisko Vrátna a ľudí z okolia Žiliny, pretože z tohto mesta pochádzam a je tu dobrá dostupnosť lyžiarskych svahov. Prieskum som robila počas jarných prázdnin stredoslovenského regiónu, a preto sa mi podarilo osloviť vzorku ľudí priamo zo Žiliny a priľahlého okolia. Najviac opýtaných uviedlo za svoje trvalé bydlisko Žilinu, presne 45%, čo nie je prekvapením, keďže Žilina je najväčšie

mesto v stredoslovenskom kraji s počtom obyvateľov vyše osemdesiat tisíc. 20% opýtaných uviedlo Kysucké Nové Mesto, ďalej 11% Považskú Bystricu a zvyšných 25% opýtaných pochádzalo z okolitých dedín alebo vzdialenejších miest.

3. Máte dieťa/deti?

Ak áno v akom je/sú veku?

Graf 3.1: Vekové rozloženie detí, ktoré by rodičia boli ochotní dať do lyžiarskeho klubu



Pri výbere opýtaných som sa zamerala ľudí, ktorí sprevádzali menšie deti v lyžiarskom stredisku. Vekové ohraničenie bolo od jedného roku do štrnásť rokov. Väčšinou však išlo o deti vo veku štyri do osem rokov. Do klubu je vhodné, aby nastúpili deti zhruba v piatich rokoch, keďže v tomto a neskoršom veku sú senzitívne obdobia na rozvoj pre lyžovanie dôležitých fyzických schopností. Na druhej strane však v nižšom veku ešte nie je telo dostatočne vyvinuté na náročné podmienky tohto športu. Nie je dôležitá len príprava na svahu, ale aj kondičná príprava v telocvični. S touto sa hravou formou môže začať aj v skoršom veku. Ak túto kondičnú prípravu dieťa absolvovalo v rámci iného športu, je možné aby s lyžovaním začalo aj v neskoršom veku. V skoršom veku je jednoduchšie začať s lyžovaním aj pre rýchlejšie sa prispôbienie na nové podnety a iné správanie okolitého terénu pri jazde dolu svahom na lyžiach. Taktiež majú deti v nižšom veku menší strach a neboja sa rýchlosti. Tieto poznatky mám z vlastnej skúsenosti, keďže mám viacročnú skúsenosť s výučbou lyžovania. V troch až štyroch rokoch deti často nemajú dostatočné silové schopnosti ani na zvládnutie zastavenia v pluhu, v piatich až šiestich rokoch sa

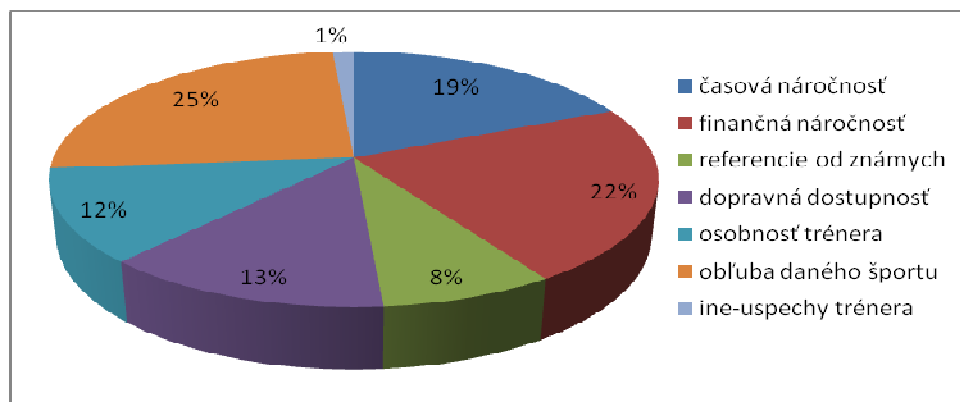
najrýchlejšie učia začiatky techniky lyžovania a vo vyššom veku už začínajú mať strach z rýchlosti a nezískajú tak rýchlo pocit snehu a sklzu.

4. Dali by ste dieťa do lyžiarskeho klubu?

Samozrejme, že klienti lyžiarskych škôl majú záujem, aby sa ich deti naučili lyžovať, a preto aj zo štyridsiatich opýtaných by tridsaťšesť bolo ochotných dať dieťa do lyžiarskeho klubu. Aj keď som oslovovala klientov lyžiarskych škôl, nie všetci mali vlastné dieťa. Niektorí rodičia kvôli nedostatku voľného času nie sú schopní absolvovať s dieťaťom športové aktivity, preto deti k športu vedú blízky príbuzní. Ale aj títo by boli ochotní, ak by mali vlastné dieťa, prípadne s dieťaťom z rodiny, absolvovať lyžiarsku a kondičnú prípravu.

5. Čo by Vás najviac ovplyvnilo pri rozhodovaní?

Graf 3.2: Čo by ovplyvnilo rozhodnutie opýtaných pri rozhodovaní



Zaujímalo ma čo bolo pre opýtaných najdôležitejšie pre vstup dieťaťa do klubu. Najviac by ich ovplyvnila obľuba daného športu. Aj v praxi je to najčastejší dôvod pri väčšine športov. Rodičia motivujú deti k vykonávaniu športu, ktorý sami predtým vykonávali, stále vykonávajú, alebo ktorý majú v obľube. Poznajú podmienky a náročnosť daného športu, ako finančnú, tak aj časovú. Poznajú aj prínos športu pre ich samotných, prínos pre zdravie, fyzickú zdatnosť a psychickú odolnosť. Taktiež so záujmom sledujú daný šport a majú radosť keď je aktérom hry alebo preteku ich dieťa a často sa s ním stotožňujú.

Druhým významným faktorom je pre opýtaných finančná náročnosť. Nie je to prekvapením, pretože je všeobecne známe, že lyžovanie je jeden z finančne najnáročnejších športov. V minulosti niektoré kluby poskytovali výstroj a skipasy pre svojich zverencov, čo znížilo náklady na tento šport pre rodičov, ale v súčasnej dobe to už nie je aktuálne. Kompletnú výstroj musia zabezpečiť rodičia, keďže deti sú vo vývoji a rýchlo rastú, je potreba ju obmieňať každoročne. Taktiež pre každú kategóriu sú predpismi určené minimálne dĺžky lyží a kategórie sa menia každý druhý rok. Lístky sú pre kluby síce s výraznou zľavou,

ale aj táto položka nie je zanedbateľná. Zníženie ceny však strediská premietnu do letnej brigády na úpravu zjazdovky. Ďalej treba rátať s financiami na dopravu, materiál na starostlivosť o výstroj, teda vosky, pilníky na brúsenie hrán a ďalší materiál používaný pri úprave skĺznice. A v neposlednom rade, ako v každom športe sa do celkových nákladov započítavajú aj poplatky za prenájom športoviska, štartovné na súťažiach, výjazdy mimo bydliska a plat trénera.

Tretím najdôležitejším faktorom je podľa opýtaných čas. Na lyžovanie ako aj každý iný šport je potreba obetovať väčšie množstvo času. Na druhej strane však často pri lyžovaní musia práve rodičia obetovať viac času, ako pri iných športoch pokiaľ, nie klub nevlastní alebo nemá v užívaní vlastný automobil a je potreba dochádzať väčšie vzdialenosti do lyžiarskeho strediska. Ale na druhej strane lyžovanie zaberie viac času len počas štyroch až piatich mesiacov v roku v závislosti od dĺžky udržania sa snehovej pokrývky. V letnej príprave už nie sú tréningy tak intenzívne. Rodina má preto možnosť lepšie rozplánovať si svoj čas, v zimnej príprave síce strávi veľmi veľa času na svahu aj počas sviatkov a víkendov, ale v letnej príprave sa môžu venovať aj svojim záujmom.

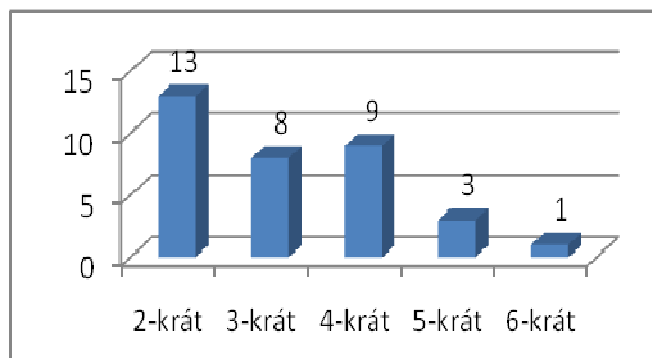
Dopravná dostupnosť je ako už je vyššie spomínané problémom predovšetkým v zimných mesiacoch, kedy treba viackrát týždenne dochádzať do lyžiarskeho strediska. Žilina má však v tomto prípade veľmi výhodné postavenie, v okruhu približne tridsiatich kilometrov sa nachádzajú tri veľké lyžiarske strediská a to Vrátna Free Time Zone, Park Snow Veľká Rača a Winter Park Martinky, potom aj menšie strediská, napríklad v Rajeckej Lesnej, v Jasenskej doline, Valčianskej doline, Oščadnici, Čičmanoch a v Hornom Vadičove. Tieto menšie strediská majú nižšie ceny a často sú ústretivejšie k lyžiarskym klubom.

Poslednými faktormi sú osobnosť trénera a referencie od známych. Často práve dobrý prístup trénera vedie k záujmu detí k danému športu, čo rodičia veľmi oceňujú. Práve záujem detí je pre mnohých veľmi dôležitý. Dobrý metodický postup a ľudský prístup dokážu motivovať k podávaniu výborných výsledkov, ako aj zaujať deti už na prvých tréningoch, a aj po celé ich ľahšie pôsobenie v klube. Známi často pri odporúčaní odkazujú buď na výborného trénera, na dobré fungovanie klubu alebo na dobrý kolektív detí a rodičov.

Rodičia, ktorí nesúhlasili, aby sa ich dieťa venovalo lyžovaniu tak učinili väčšinou z dôvodu vysokej finančnej náročnosti daného športu. Druhým dôvodom bolo, že sa dieťa už venuje alebo by boli radi aby sa venovalo inému športu.

6. Ako často by ste boli ochotní voziť dieťa na tréning (telocvičňa aj svah)?

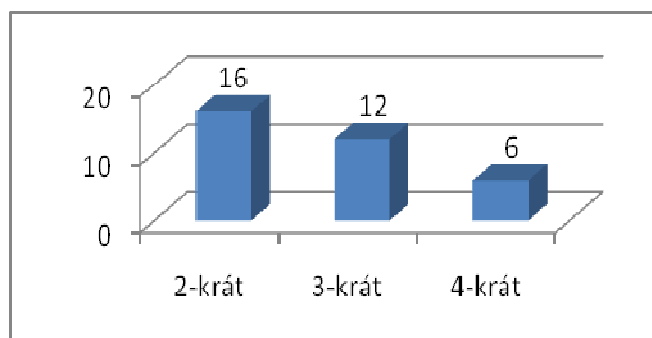
Graf 3.3: Názor opýtaných na časovú náročnosť v zimnej príprave



29% opýtaných správne rozlíšilo letnú a zimnú prípravu, ale na druhej strane až 38% opýtaných si myslí, že v zimnej príprave sú dve tréningové jednotky dostačujúce, čo nie je pravda. Potrebné sú dve tréningové jednotky týždenne na svahu na rozvoj správnej techniky a stále sú potrebné aj dve tréningové jednotky v telocvični na zvyšovanie celkovej telesnej kondície.

7. Ako často by ste boli ochotní voziť dieťa na tréning v letnej príprave?

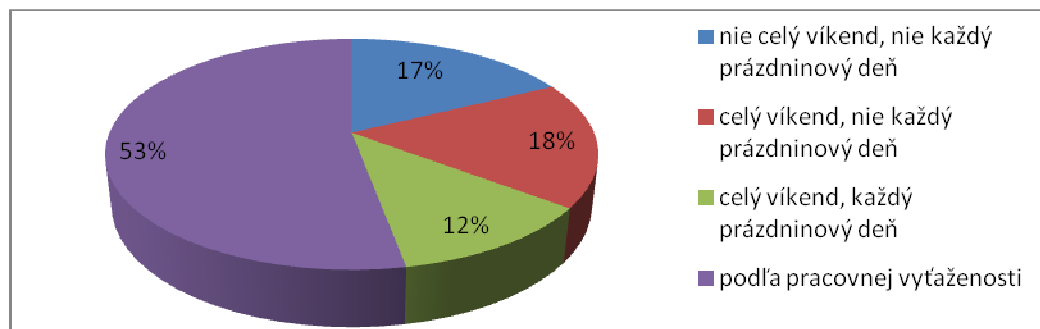
Graf 3.4: Názor opýtaných na časovú náročnosť v letnej príprave



Letná príprava už nie je tak intenzívna a v tomto období naozaj počítajú len dve tréningové jednotky. Plus niekedy sa dopĺňa navyše mimo tohto času dlhšia trasa na bicykloch alebo turistika. Táto príprava slúži na rozvoj celkovej fyzickej kondície a kompenzáciu jednostranného zaťaženia. V tomto prípade by teda časovú náročnosť letnej prípravy zvládli všetci opýtaní.

8. Ako často by ste absolvovali s deťmi tréning cez voľné dni a prázdniny?

Graf 3.5: Ochota rodičov absolvovať tréning cez voľné dni a prázdniny

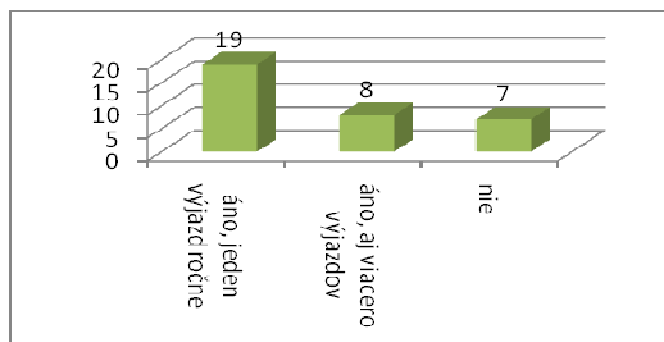


Z prieskumu vyplynulo, že len málo opýtaných si uvedomuje časovú náročnosť športu a rozdielnosť letnej a zimnej prípravy v lyžovaní. V lyžovaní je veľký rozdiel v letnej a zimnej príprave, keďže snehová pokrývka je na Slovensku len približne štyri mesiace, tento čas je potrebné čo najviac využiť na rozvoj správnej techniky, preto tréningy prebiehajú každý víkend a čo možno najviac voľných prázdninových dní. Počas pretekového obdobia, kedy sú preteky usporiadavané práve cez víkend, je potrebné pridať tréningovú jednotku na svahu aj v poobedných hodinách v týždni. Tieto časy – ranné hodiny vo voľné dni a poobedné hodiny cez pracovné dni sa určujú, aby deti nevynechávali školskú dochádzku a zároveň, aby mali možnosť rodičia dopraviť ich na svah. Vo voľné dni je potrebné usporiadať tréning ráno, pred začiatkom otváracej doby strediska, aby sa predišlo úrazom a bol lepšie upravený svah, čo napomáha rýchlejšiemu rozvoju lyžiarskej techniky.

V prípade zakladania lyžiarskeho klubu by teda bolo nutné rodičom objasniť časovú náročnosť a nutné podmienky pre dobrý fyzický rozvoj pretekárov. Ako aj čas potrebný na rozvoj celkovej fyzickej kondície, teda prípravy na náročnosť pretekových podmienok, tak aj technickej prípravy na svahu.

9. Absolvovali by ste s dieťaťom výjazd do zahraničia na začiatku alebo konci sezóny?

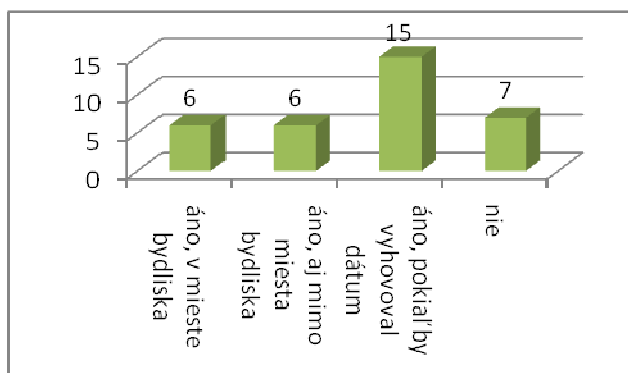
Graf 3.6: Názor rodičov na absolvovanie výjazdu do zahraničia



Výjazdy na ľadovce nie sú u menších detí až tak dôležité, avšak pri starších pretekároch ide o dobrú a potrebnú prípravu pred sezónou. Na Slovensku nie je možnosť dostatočne dlhej prípravy na pretekové obdobie, preto sa spravidla na jeseň robia výjazdy do zahraničia kde je snehová pokrývka skôr ako u nás. Na začiatku sezóny po dlhšej dobe mimo zjazdovky je potrebné získať a obnoviť návyky z predošlej sezóny, aby sa mohlo začať pracovať na ďalšom zlepšovaní techniky. V prvej sezóne nie je výjazd na ľadovec potrebný, ale v ďalších rokoch fungovania klubu je nutné zapojiť do tréningových jednotiek aj výjazd do zahraničia. Hlavne od žiackych kategórií pre deti od jedenástich rokov, kedy sa zvyšuje náročnosť pretekových podmienok a pridáva sa ďalšia lyžiarska disciplína – slalom.

10. Absolvovali by ste s dieťaťom týždenne letné sústredenie?

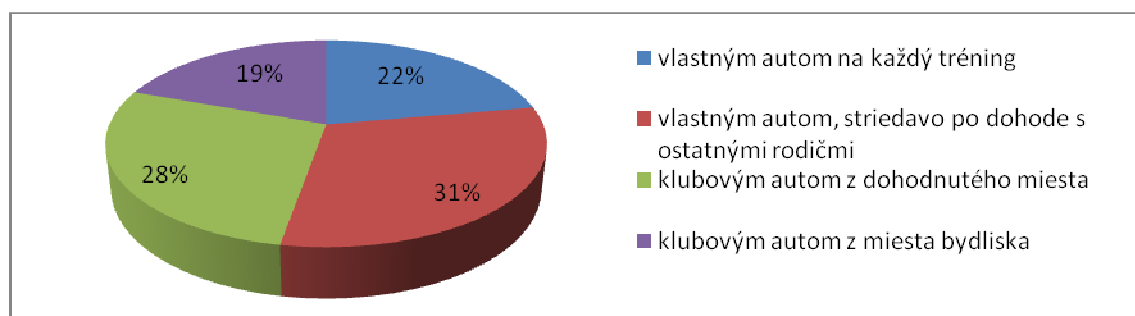
Graf 3.7: Názor rodičov na absolvovanie letného sústredenia



Na grafoch je vidieť, že nie je veľký rozdiel medzi rozhodnutím rodičov, či je potrebné uskutočniť týždňovú intenzívnu prípravu v lete alebo v zime. Letné sústredenie je bežné v každom športe a väčšinou je to vyvrcholenie letnej prípravy, fyzickej prípravy pred nadchádzajúcou sezónou. Ide o týždňovú veľmi intenzívnu prípravu, kedy sa trénuje dvoj- až trojfázovo. Je možnosť túto prípravu vykonávať aj v mieste bydliska, ale je nutné aby sa deti zúčastnili naozaj každého tréningu. Práve preto sa sústredenia usporadúvajú mimo niesta bydliska, v campe alebo ubytovni s blízkou dobrou športovou vybavenosťou. Tu sú deti nútené zúčastniť sa každého tréningu, a zároveň je to pre ne aj forma dovolenky alebo letného tábora, kde sú týždeň s kamarátmi a večer sa usporadúvajú aj zábavné hry a programy. Aj v prvej letnej príprave by bolo vhodné usporiadať letné sústredenie, aby si deti zvykli na fyzickú náročnosť a nutnosť podávania čo najvyššieho výkonu.

11. Aký spôsob dopravy by ste zvolili?

Graf 3.8: Preferovaný spôsob dopravy podľa opýtaných



Najviac opýtaných zvolilo spôsob dopravy vlastným dopravným prostriedkom, striedavo po dohode s ostatnými rodičmi, čo by začínajúcemu klubu určite vyhovovalo, pretože finančné možnosti klubu sú obmedzené a zabezpečenie klubového automobilu je finančne náročné. Samozrejme je to vhodný spôsob dopravy aj preto, lebo nie je potrebné aby sa na každom tréningu zúčastňovali všetci rodičia. Tento spôsob dopravy je aj pre nich menej finančne a časovo náročný, a zároveň môžu kontrolovať tréningový postup, zhodnotiť prácu trénera a celkovú organizáciu klubu. Je však dobré, ak sa aspoň niektorí rodičia zúčastňujú tréningov, pretože môžu pomôcť pri stavbe trate a tým ju urýchliť a pomôcť k efektívnejšiemu využitiu času na svahu.

Druhým pre opýtaných najvhodnejším spôsobom dopravy, by bolo použitie klubového auta, kedy by tréner detí vyzdvihol z dopredu dohodnutého miesta. Na kúpu klubového auta by však bol nutný sponzor alebo dar. Našlo sa však aj pár rodín, ktoré majú dva dopravné prostriedky a jeden by boli ochotní poskytnúť klubu na tréningové účely. Bolo by však nutné zabezpečiť jeden väčší, aspoň deväť miestny automobil. V prípade väčšieho počtu detí kombinovať zvoz aj s iným druhom dopravy, napríklad pomocný tréner by použil vlastný automobil a bol by mu preplácaný benzín alebo by sa vždy aspoň jeden z rodičov zúčastnil tréningu.

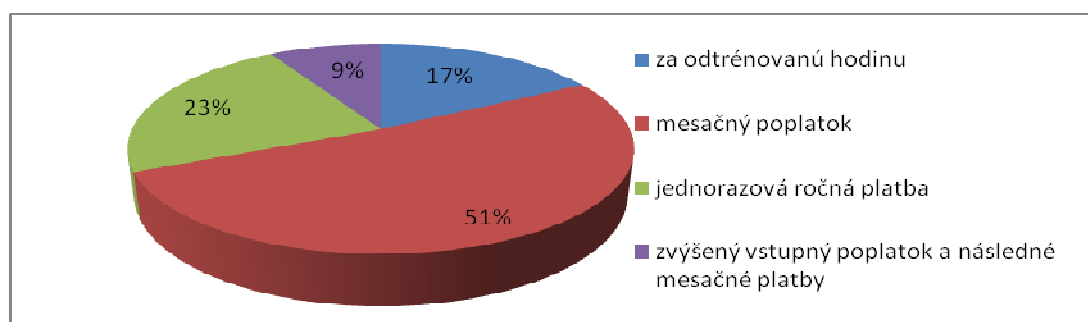
Ďalšou možnosťou je, aby každé dieťa viezli vlastní rodičia na každý tréning. Tým by sa pre klub značne znížili problémy s organizáciou odvozu a tiež by bolo jednoduchšie získať pomoc od niektorého z rodičov pri stavbe trate na samotnom tréningu. V tomto prípade aj ak tréner nevlastní automobil, bolo by jednoduché dohodnúť sa aj na jeho odvoze na svah. Mohli by aj sledovať dieťa na každej tréningovej jednotke a vidieť jeho pokroky. Ale pre rodičov by sa zvýšili náklady na benzín a tento spôsob by bol pre nich aj časovo najnáročnejší.

Posledným najmenej preferovaným spôsobom je vyzdvihovanie detí z miesta bydliska s využitím klubového automobilu. Pre rodičov ide určite o najmenej časovo náročný spôsob,

avšak pre klub najnáročnejší. Muselo by sa organizačne zvládnuť plán, ako vyzdvihnúť každé dieťa, a určiť presný časový rozvrh kedy na ktoré miesto bude automobil prichádzať, aby sa znížili časové straty. Ráno pred tréningom je to aj časovo náročné, o siedmej ráno cez víkendy je nutné byť pripravený na svahu a začať so stavbou trate. Niektorí by preto museli skôr vstávať a dieťa by sa zbytočne vozilo po celom okolí. Potrebné financie na benzín by sa taktiež zvýšili.

12. Aký spôsob platby by Vám vyhovoval?

Graf 3.9: Preferovaný spôsob platby



Najviac opýtaných zvolilo ako pre nich vyhovujúci spôsob platenia, spôsob mesačných platieb. V tomto prípade nie je tak náročné stanoviť výšku platby, nie je nutnosť vypočítavať platbu pre každého člena samostatne. Zároveň tieto platby nie sú príliš vysoké, celková ročná platba sa rozdelí na viac mesiacov. Všetci platia rovnaké čiastky bez ohľadu na účasť na tréningoch.

Pri jednorazovej ročnej platbe je najmenej problémov s vyberaním poplatku. Pre klub je táto platba výhodná, na začiatku sezóny má klub okamžitý kapitál na nákup materiálu, avšak v prípade zlého kalkulovania, môže vzniknúť problém s nedostatkom financií na konci sezóny. Pre rodičov môže byť v tomto prípade problém s príliš vysokou jednorazovou čiastkou. V prípade opustenia klubu na začiatku sezóny, krátko po uskutočnení platby, by členovia mohli žiadať o navrátenie časti platby. Aby sa tomuto predišlo, je potrebné podmienky platby zahrnúť do stanov.

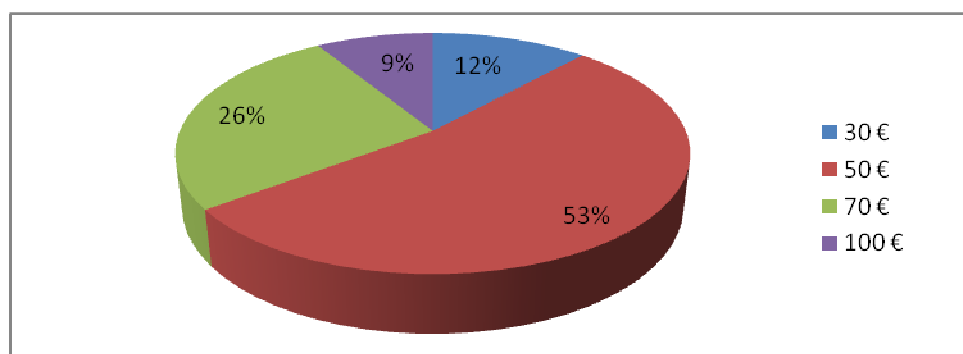
V prípade platby za odtrénovanú hodinu nevznikne problém, ak sa niekdo dlhodobo nedostaví na tréning, pri mesačných platbách totiž môže odmietat' zaplatiť poplatok. Pre klub by sa tým ale sťažila organizácia, bolo by potrebné presné značenie, kto sa zúčastnil tréningu, a potom v dohodnutých časových intervaloch vypočítat' výšku platby. Na začiatku fungovania klubu, pri nižšom počte členov, tento spôsob nie je náročný, avšak pri stále zvyšujúcom sa počte členov by sa tento spôsob stával čoraz náročnejším. Taktiež by tento spôsob nebol

vyhovujúci pre začínajúci klub, kedy treba šetriť kapitál na nákup materiálu, keďže by sa platilo len to, čo sa odtrénuje. Bol by možný len v prípade, ak by sa členovia zaviazali na potrebný materiál poskytnúť sponzorský príspevok alebo dar.

V poslednom prípade zvýšeného vstupného poplatku a následných mesačných platieb, by bol pre klub tento spôsob veľmi vyhovujúci. Vstupný poplatok by sa vyberal od nových členov a celá čiastka by sa použila na nákup materiálu a následné mesačné platby by už zahŕňali väčšinou len platby za samotné tréningy. Pre opýtaných tento spôsob nie je vyhovujúci, lebo nie všetci sú si istí, či dieťa v klube ostane a bude sa naďalej venovať lyžovaniu a v prípade, že by po pár tréningoch tento šport odmietalo robiť, bol by poplatok za tieto tréningy pre nich príliš vysoký.

13. Boli by ste ochotní mesačne zaplatiť (zahŕňa plat trénera, poplatok za telocvičňu, nákup materiálu – vŕtačka, tyče, v prípade využívania klubového auta aj poplatok za benzín)

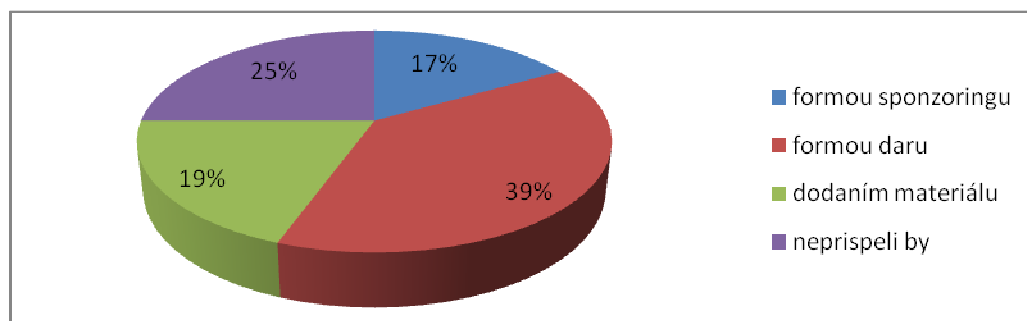
Graf 3.10: Suma, ktorú by boli ochotní mesačne zaplatiť



Najviac opýtaných uviedlo ako sumu, ktorú by boli ochotní zaplatiť mesačne 50€. Je to naozaj reálna suma, ktorá sa v niektorých kluboch mesačne platí, a pokiaľ by táto suma ostala celoročne nezmenená, bolo by aj pre začínajúci klub možné zvládnuť vyššie počiatkové finančné zaťaženie, aj keď postupne. Pri sume 70€ by samozrejme klub mal lepšie finančné možnosti a kúpu materiálu by bolo možné urýchliť. Suma 30€ je pre začínajúci klub príliš nízka. Je reálna len v prípade, ak by sa klub nefinancoval len z členských príspevkov a našla by sa ochota členov poskytnúť dar alebo jednorázovú zvýšenú platbu na nákup materiálu. V prípade poslednej možnosti, 100€ mesačne by v tejto sume bolo zahrnuté aj štartovné na pretekoch a v ďalšom roku by bolo možné z finančných prostriedkov zaplatiť aj časť výjazdu do zahraničia pred zimnou sezónou.

14. Boli by ste ochotný prispievať na fungovanie klubu v ďalších rokoch aj mimo členských poplatkov?

Graf 3.11: Ochota opýtaných poskytnúť sponzoring alebo dar



Väčšina opýtaných by bola ochotná prispievať na fungovanie klubu aj mimo členských príspevkov. Len 25% opýtaných odmietlo financovať klub dodatočnými financiami. Dodatočné financie by určite pomohli v začiatkoch klubu, boli by použité na nákup potrebného materiálu a znížila by sa nimi výška členských príspevkov. Najviac opýtaných by uprednostnilo formu daru. V tomto prípade nie je presný účel platby, avšak v malých kluboch nie je pre členov problém s kontrolou vynaložených financií. Druhou pre opýtaných najvýhodnejšou možnosťou je dodanie potrebného materiálu. Túto možnosť niektorí opýtaní zvolili z dôvodu predošlých zlých skúseností s použitím finančných prostriedkov z poskytnutého daru alebo sponzoringu. Preto by radšej poskytli materiál, aby nemuseli kontrolovať účel použitia prostriedkov. Formu sponzoringu zvolilo najmenej opýtaných. Tento spôsob je aktuálny pre podnikateľov, ktorí by logo podniku mohli umiestniť na helmách alebo odeve pretekárov.

Počas rozhovoru s opýtanými som zistila ochotu niektorých opýtaných poskytnúť vlastný automobil na klubové účely, na rozvoz detí z a na tréning, a zároveň aj ochotu ich samých voziť aj ostatné deti v tomto automobile. V jednom prípade išlo o osemmiestny automobil, ktorý by bol pre klub ideálnou pomocou. Ďalej, ako vyplýva z predošlého rozboru, mnohí by boli ochotní okrem členských príspevkov sponzorovať klub vo forme daru alebo sponzoringu. Tento by však poskytli len v prípade, že by boli s chodom klubu spokojní, a zároveň by chceli vedieť účel tejto investície. Tiež by bol pre nich smerodajný záujem dieťaťa o daný šport.

4 Zhodnotenie výsledkov šetrenia

Zo šetrenia vyplýva, že lyžovanie je na Slovensku obľúbený šport a v okolí Žiliny by sa našiel dostatočný počet detí na založenie klubu. Vznikať by ale musel v menšom stredisku, pretože väčšie strediská už majú svoje kluby.

Pokiaľ by rodičia boli ochotní prispievať na chod klubu tak, ako uviedli v dotazníkoch, získalo by sa dostatočné množstvo financií na pokrytie tréningových jednotiek, aj na nákup potrebného materiálu. Financovanie vo väčšine súčasných klubov je postavené len na členských príspevkoch s občasným sponzoringom niektorého z rodičov. Aby neboli príspevky príliš vysoké, bol by potrebný počet minimálne 15 detí. Avšak len počas svojho prieskumu v lyžiarskom stredisku sa našlo 25 detí vo veku od štyroch do siedmich rokov, ktorých rodičia by súhlasili s ich vstupom do lyžiarskeho klubu. Preto predpokladám, že pri náboře by sa aj v skutočnosti podarilo nájsť dostatočný počet členov.

V dotazníkoch pri finančných otázkach boli rodičia ochotní prispievať na chod klubu čiastkami, ktoré by boli dostačujúce na zabezpečenie všetkého potrebného materiálu. Prekvapivo aj veľa opýtaných bolo ochotných prispievať aj formou sponzoringu mimo členských príspevkov, ak by boli spokojní s chodom klubu.

Na získanie potrebného počtu detí by bolo dobré spojiť lyžiarsky klub so snowboardovým. Mládežníckych snowboardových klubov na rozvoj v pretekovej oblasti je na Slovensku len veľmi málo a tento šport si získava na Slovensku čoraz väčšiu popularitu. V začiatkoch klubu by toto spojenie neprinášalo dodatočne zvýšené náklady, pretože kondičná príprava v telocvični by mala byť zameraná na rozvoj rovnakých schopností a v začiatkoch by tréningy prebiehali taktiež cez krátke týče. Je možnosť postaviť trať, ktorú by zvládali deti ako na lyžiach, tak aj na snowboarde. Až v ďalších sezónach by sa museli dokupovať rôzne typy tyčí a taktiež stredisko by muselo vyjsť tomuto nápadu v ústrety, pretože na tréning by bola potrebná väčšia časť svahu. Taktiež nie je také jednoduché nájsť trénera s odbornými skúsenosťami v snowboardingu, pretože je stále relatívne nový šport. Avšak je možnosť využiť školenie SLA, ktorá v súčasnosti usporadúva aj školenia pre učiteľov a trénerov snowboardingu.

V lyžovaní je na Slovensku určite viac vyššie kvalifikovaných trénerov, keďže tento šport má dlhšiu tradíciu. Aj pomer uchádzačov pri záujme o trénera lyžovania je väčší ako o trénera snowboardingu. Väčšina trénerov má skúsenosti aj s organizáciou pretekov a uvedomuje si náročnosť lyžovania, keďže sa tomuto športu v minulosti venovali.

5 Záver

Cieľom mojej práce bol prieskum, či je možné a za akých podmienok založiť lyžiarsky klub. Táto možnosť sa ukázala ako reálna a z prieskumu som zistila, že by sa našiel dostatočný počet členov a aj dostatočné množstvo financií na založenie a chod tohto športového klubu.

Ako najlepšia právna forma sa ukázala forma občianskeho združenia. Je výhodná z daňového hľadiska a pri žiadostiach o dotácie aj jediná možná, pretože väčšina dotácií na šport sa poskytuje do neziskového sektora. Taktiež, ak sa klub chce zúčastňovať na pretekoch Slovenského pohára je forma občianskeho združenia nutná, vyžaduje si ju registrácia v Slovenskej lyžiarskej asociácii.

Vo financovaní klubu sú v začiatkoch jediným stálym a istým príjmom členské príspevky. V ďalšom období sa ukázal ako možný príjem poskytnutie sponzoringu alebo daru. Taktiež reálnym príjmom by bolo poskytnutie 2% zo zaplatenej dane právnických a fyzických osôb. Táto suma sa pre právnické a fyzické osoby nespája s dodatočnými finančnými nákladmi, preto ju často poskytujú do neziskového sektora. Dotácie je v súčasnosti náročné získať. V súčasnosti nie je zverejnená výzva na podávanie žiadostí v oblasti športu na rok 2011 od Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky, dotácie z Európskej únie sa vyhlasujú len na konkrétne projekty a nie je istota, že sa vyhlási dotácia práve na túto oblasť a Žilinský samosprávny kraj taktiež vydal vyhlásenie o neposkytovaní dotácií do oblasti športu v roku 2011. Aká bude situácia v nasledujúcom roku je náročné určiť, preto sa klub na financie z tejto oblasti nemôže spoliehať.

Marketingový prieskum som previedla formou dotazníku a v tejto oblasti boli pre mňa výsledky prekvapivé, nečakala som s tak veľkou ochotou a záujmom rodičov o lyžovanie.

V personálnej oblasti, keďže SLA každoročne vyhlasuje ponuku o kurz trénerov lyžovania nebol problém. Veľa bývalých pretekárov by sa rado ďalej venovalo lyžovaniu touto formou vychovávalo nové talenty.

Ukázalo sa, že v prípade zakladania klubu sa nájde dostatok členov a financií. Len s časovou náročnosťou by bolo nutné ešte pred založením klubu oboznámiť rodičov, aby nevznikli nezhody a nedorozumenia.

Zoznam použitej literatúry

1. ČIHOVSKÁ, V.; HANULÁKOVÁ, E.; HARNA, I.; LIPIANSKA, J., *Marketing neziskových organizácií*. Bratislava: EUROUNION, spol. s r.o., 1999. 200 s. ISBN 80-88984-04-1.
2. DURDOVÁ, I., *Sportovní management*. 1. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB – TU Ostrava, 2002. 122 s. ISBN 80-248-0130-2.
3. DURDOVÁ, I., *Základní aspekty marketingu ve sportu*. 1. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB – TU Ostrava, 2009. 88 s. ISBN 978-80-248-0827-7.
4. KORDOŠOVÁ, A., *Účtovníctvo neziskových účtovných jednotiek*. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2008. 145 s. ISBN 978-80-225-2658-6.
5. KOSÍK, M.; PACUT, M., *Organizace sportu*. 1. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB – TU Ostrava, 2009. 83 s. ISBN 978-80-248-2017-0.
6. KOTLER, P.; KELLER, K. L., *Marketing management*. Prel. Š. Černá; V. Faktor; T. Juppa. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
7. MAJDÚCHOVÁ, H., *Neziskové organizácie*. Bratislava: SPRINT – vydavateľská, filmová a reklamná agentúra, 2004. 180 s. ISBN 80-88848-59-8.
8. TEREZČÁK, J., *Dejiny lyžovania na Slovensku 1860-1944*. Poprad: Slza, spol. s r.o., 1997. 360 s. ISBN 80-88680-15-8.
9. TEREZČÁK, J., *Dejiny lyžovania na Slovensku 1945-2000 II*. Poprad: Slza, spol. s r.o., 2008. 482 s. ISBN 978-80-969951-3-4.
10. Všeobecne záväzné nariadenie Žilinského samosprávneho kraja číslo 4/2004 o poskytovaní dotácií z vlastných príjmov Žilinského samosprávneho kraja.
11. Zákon č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov v znení neskorších predpisov.
12. Zákon č. 300/ 2008 Z. z. o organizácii a podpore športu a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Internetové zdroje

13. Postup krokov na preukázanie 2% z dane: Rozhodni [online], 2011 [cit. 2011-3-9].
Dostupné z WWW:
<http://www.rozhodni.sk/index.php?postup_krokov_na_poukazanie_2%_z_dane/sl/54>

14. BURÁK, E., Sponzoring formou objednávky reklamy. *eTrend* [online]. 26. 9. 2011 [cit. 2011-3-16]. Dostupné z WWW: <<http://podnikanie.etrend.sk/podnikanie-uctovnictvo-a-dane/sponzoring-formou-objednavky-reklamy.html>>
15. Alpské lyžovanie: Slovenská lyžiarska asociácia. [online], 2011 [cit. 2011-4-7]. Dostupné z WWW: <<http://www.slz.sk/discipliny/alpske-lyzovanie>>
16. SOUČEK, Ľ., Medzinárodné športové federácie. *Slovenský olympijský výbor*. [online], 2011 [cit. 2011-4-7]. Dostupné z WWW: <<http://www.olympic.sk/olympijske-hnutie/medzinarodne-federacie.html>>
17. Členstvo v SLA: Slovenská lyžiarska asociácia [online], 2011 [cit. 2011-3-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.slz.sk/slovenska-lyziarska-asociacia/clenstvo-v-sla>>
18. Dotácie v oblasti športu: Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky. [online], 2011 [cit. 2011-4-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.minedu.sk/index.php?lang=sk&rootId=7473>>
19. Granty Evropské unie: Evropská unie v české republice. [online], 2011 [cit. 2011-4-11]. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/granty_cs.htm>
20. RUMML, M., Jak získat dotaci z Evropské unie? *Finance.cz* [online]. 31. 3. 2008 [cit. 2011-4-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.finance.cz/zpravy/finance/158741-jak-ziskat-dotaci-z-evropske-unie-/>>
21. Občianske združenia na Slovensku: Migračné informačné centrum. [online], 2011 [cit. 2011-3-11]. Dostupné z WWW: <<http://mic.iom.sk/sk/socialne-veci/zdruzovanie/52-obcianske-zdruzenia-na-slovensku.html>>

Zoznam skratiek

FIS – Fédération internationale de ski – Medzinárodná lyžiarska federácia

SLZ – Slovenský lyžiarsky zväz

SLA – Slovenská lyžiarska asociácia

OH – Olympijské hry

ZOH – Zimné olympijské hry

TJ – telocvičná jednotá

IČ – identifikačné číslo

Prehlásenie o využití výsledkov bakalárskej práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 1.5.2011

Katarína Liptajová
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

Zvolenská 2, 010 08, Žilina

Zoznam príloh

Príloha č. 1: Návrh na registráciu lyžiarskeho klubu na Ministerstve vnútra

Príloha č. 2: Prihláška k evidencii lyžiarskeho klubu v SLA

Príloha č. 3: Súpiska pretekárov

Príloha č. 4: Vyhlásenie športovca pre registráciu v SLA

Príloha č. 5: Žiadosť o poskytnutie zo Žilinského samosprávneho kraja

Príloha č. 6: Dotazník

Prílohy

Príloha č.1

Vzor

Ministerstvo vnútra
Slovenskej republiky
Drieňová 22
826 86 Bratislava 29

VEC

Návrh na registráciu

**Prípravný výbor podľa zákona č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov v znení
neskorších**

predpisov predkladá návrh na registráciu občianskeho združenia s názvom:

.....
(vypísať presný názov totožný s názvom uvedeným v priložených stanovách – vrátane
veľkých a malých písmen, úvodzoviek, pomlčiek a pod.)

Sídlo:

.....
Členovia prípravného výboru:

1.(meno a priezvisko) (rodné číslo)
(bydlisko, adresa + PSČ) (podpis)

2.(meno a priezvisko) (rodné číslo)
(bydlisko, adresa + PSČ) (podpis)

3.(meno a priezvisko) (rodné číslo)
(bydlisko, adresa + PSČ) (podpis)

Za výbor je oprávnený konať:

(meno a priezvisko) (rodné číslo)
(bydlisko, adresa + PSČ) (podpis)

.....

Prílohy: 2x stanovy

66 € kolková známka

SLOVENSKÁ LYŽIARSKA ASOCIÁCIA**Nový Smokovec 44, 062 01 Vysoké Tatry****PRIHLÁŠKA K EVIDENCII**

lyžiarskeho klubu/oddielu/telovýchovnej jednoty

<input type="checkbox"/> PRESNÝ NÁZOV LK/LO/TJ podľa registrácie a stanov	
<input type="checkbox"/> PRACOVNÝ NÁZOV podľa zobrazenia vo výsledkoch	
DÁTUM VZNIKU	
<input type="checkbox"/> ADRESA pre zasielanie všetkej korešpondencie zo sekretariátu SLA a adresa pre všetky ostatné kluby (preteky, školenia)	
<input type="checkbox"/> KONTAKTNÁ OSOBA	
ADRESA	
TELEFÓN	
FAX	
E-MAIL	
<input type="checkbox"/> PREDSEDA LK/LO/TJ resp. štatutárny zástupca (zástupcovia)	
POČET ČLENOV (členská základňa)	
z toho zaregistrovaných v SLA	
<input type="checkbox"/> ŠPECIALIZÁCIA <input type="checkbox"/> ÚAD – úsek alpských disciplín <input type="checkbox"/> BÚ – bežecký úsek <input type="checkbox"/> SÚ – skokanský úsek <input type="checkbox"/> ÚSK – úsek severskej kombinácie	<input type="checkbox"/> ÚS – úsek snowbordingu <input type="checkbox"/> ÚAL – úsek akrobatického lyžovania <input type="checkbox"/> ÚLT – úsek lyžovania na tráve <input type="checkbox"/> ÚZPL – zdravotne postihnutý
<input type="checkbox"/> BANKOVÉ SPOJENIE číslo účtu	
<input type="checkbox"/> IČO	
DIČ	

**LYŽIARSKY KLUB/ODDIEL/TELOVÝCHOVNÁ JEDNOTA SA TÝMTO HLÁSI DO
OBČIANSKEHO ZDRUŽENIA SLOVENSKÁ LYŽIARSKA ASOCIÁCIA**

V..... dňa.....

.....
podpis a pečiatka

SÚPISKA PRETEKÁROV

na sezónu 2010/2011

LK/LO: _____

Súpiska za úsek: ÚAD / BÚ / ÚSnb / SÚ

Tel./ e-mail: _____

Veková kategória:				
Císlo reg. preukazu SLA:	Priezvisko a meno:	Dátum narodenia:	Fis kód:	Suma:

Celková suma spolu:

Dátum úhrady:

Kontaktné adresy:

- Organizačný pracovník:
Telefón:
- Tréner:
Telefón:

dátum

pečiatka a podpis zodpovedného pracovníka

Vyhlásenie športovca pre registráciu v SLA



Beriem na vedomie, že môj podpis pod týmto vyhlásením neznižuje ani nelimituje povinnosť a zodpovednosť organizátorov pretekov pripraviť a udržiavať pretekárske trate v súlade s pravidlami a bezpečnostnými predpismi FIS a SLA.

priezvisko	meno	dátum narodenia	LK-LO:

1. Súťažný poriadok, pravidlá a predpisy SLA

Vyhlasujem, že pri účasti na akýchkoľvek pretekoch, ktoré sú súčasťou kalendára SLA, budem dodržiavať všetky pravidlá uvedené v súťažnom poriadku SLA vzťahujúce sa na dané preteky.

2. Oboznámenie sa s rizikom

Plne si uvedomujem riziko spojené s mojou účasťou na podujatiach SLA, ktoré by mohlo vzniknúť pôsobením rýchlosti a gravitačných síl pri tréningovom procese či pri pretekoch. Uvedomujem si, že riziko rastie spolu s mojim úsilím dosiahnuť čo najlepší výsledok, čo je zapríčinené mojou snahou zvýšiť svoj výkon. Tiež akceptujem aj riziko spôsobené s prírodnými podmienkami, technickým vybavením a poveternostným vplyvom ako aj s prírodnými či umelými prekážkami.

Uvedomujem si, že svojou činnosťou môžem zapríčiniť sebe alebo druhej osobe zranenie, v extrémnych prípadoch smrť.

Uvedomujem si, že všetky vyššie uvedené riziká a nebezpečenstvá vzťahujúce sa na moju účasť môžu ohroziť tretie osoby, či už počas tréningového procesu alebo pretekoch.

Súhlasím, že vždy vykonám prehliadku trate a okamžite upovedomím svojho trénera, člena organizačného výboru alebo technického delegáta o mojich výhradách k bezpečnosti trate. Zároveň som si vedomý, že som zodpovedný za vhodný výber môjho výstroja, za rýchlosť, s ktorou pretekám a za výber mojej stopy počas pretekoch alebo tréningového procesu.

3. Osobná zodpovednosť

Beriem na vedomie, že môžem byť osobne zodpovedný za škody prípadne zranenie spôsobené tretej osobe, ktoré vzniklo ako následok mojej účasti v tréningovom procese alebo na pretekoch. Súhlasím s tým, že organizátor nie je zodpovedný za kontrolu môjho výstroja.

4. Rozsah zodpovednosti

Z rozsahu povoleného zo zákona, zbavujem SLA, organizátorov, vedúcich súťaží, rozhodcov, dobrovoľníkov a zamestnancov stredísk zodpovednosti vyplývajúcej z akéhokoľvek zranenia alebo škody spôsobenej mojou účasťou v tréningovom procese alebo na pretekoch schválených SLA.

5. Sporné otázky (rozhodnutia)

Súhlasím, že sporné otázky sa budú riešiť v súlade so stanovami, disciplinárnym poriadkom a ostatnými predpismi SLA. Prípadné súdne spory budú riešené na území Slovenskej republiky v súlade s právnym poriadkom Slovenskej republiky.

Vyhlásenie športovca som si prečítal a porozumel som mu:

miesto	dátum	podpis pretekára

Pre neplnoletých pretekárov:

Potvrdzujem, že ako zákonný zástupca pretekára súhlasím s týmto vyhlásením a s podmienkami uvedenými v tomto vyhlásení:

meno zástupcu (tlačeným písmom)	vzťah
podpis	dátum

Ž i a d o s ť
o poskytnutie dotácie z rozpočtu ŽSK podľa VZN ŽSK č. 4/2004
pre rok 2011

A. ÚDAJE O ŽIADATEĽOVI		
1. Úplný názov (meno) žiadateľa :		
2. Sídlo (adresa) , PSC:		
3. Okres:		
4. Kraj:		
5. Tel.:	fax:	e-mail:
6. IČO žiadateľa:		DIČ:
7. Štatutárny zástupca (meno, priezvisko):		
- :		
- telefón:		
8. Právna forma organizácie žiadateľa :		
9. Bankové spojenie:		pobočka:
10. Číslo účtu:		kód banky:

B. ÚDAJE O AKCII :

1. Účel, na ktorý sa dotácia žiada:

2. Termín realizácie:

3. Požadovaná výška dotácie v **EUR**:

4. Odôvodnenie potreby dotácie:

5. Stručná charakteristika projektu :

6a. Návrh formy účasti a publicity ŽSK v rámci projektu (spoluorganizátor, záštita, čestný hosť, ocenenie, dary ...)

6b. Forma propagácie projektu (letáky, médiá, ...)

7. Použitie dotácie na úhradu (uviesť výdavky) :

8. Žiadateľ uvedie stručnú prezentáciu doterajších aktivít:			
9. Dotácie pridelené žiadateľovi v minulých rokoch:			
Rok	Poskytnutá dotácia od ŽSK	Celkový rozpočet akcie	Poznámka

Vyhlasujem, že údaje uvedené v žiadosti a prílohách sú pravdivé.

Prílohy (podľa podmienok uvedených v čl. VI VZN ŽSK č. 4/2004

V dňa

Pečiatka:

Podpis štatutárneho zástupcu
(konateľa , oprávneného konat'
v zastúpení žiadateľa)

Príloha č. 6: Dotazník

Dobrý deň, som študentka tretieho ročníka na Vysokej škole banskej – TU v Ostrave na odbore športový management. Chcela by som Vás poprosiť o vyplnenie dotazníku. Tento bude slúžiť len na účely mojej bakalárskej práce na tému založenie lyžiarskeho klubu. Vopred Vám ďakujem za Vašu ochotu a Váš čas.

Katarína Liptajová

15. Pohlavie ☐ muž ☐ žena

16. Mesto, v ktorom bývate

17. Máte dieťa/deti? ☐ áno ☐ nie

Ak áno v akom je/sú veku?

18. Dali by ste dieťa do lyžiarskeho klubu?

☐ áno ☐ nie

19. Čo by Vás najviac ovplyvnilo pri rozhodovaní?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> časová náročnosť | <input type="checkbox"/> dopravná dostupnosť |
| <input type="checkbox"/> finančná náročnosť | <input type="checkbox"/> osobnosť trénera |
| <input type="checkbox"/> referencie od známych | <input type="checkbox"/> obľuba daného športu |
| <input type="checkbox"/> iné..... | |

20. Ako často by ste boli ochotní vozit' dieťa na tréning (telocvičňa aj svah)?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 2-krát týždenne | <input type="checkbox"/> 5-krát týždenne |
| <input type="checkbox"/> 3-krát týždenne | <input type="checkbox"/> 6-krát týždenne |
| <input type="checkbox"/> 4-krát týždenne | |

21. Ako často by ste boli ochotní vozit' dieťa na tréning v letnej príprave?

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 2-krát týždenne |
| <input type="checkbox"/> 3-krát týždenne |
| <input type="checkbox"/> 4-krát týždenne |

22. Ako často by ste absolvovali s deťmi tréning cez voľné dni a prázdniny?

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> nie celý víkend, nie každý prázdninový deň |
| <input type="checkbox"/> celý víkend, nie každý prázdninový deň |
| <input type="checkbox"/> celý víkend, každý prázdninový deň |
| <input type="checkbox"/> podľa pracovnej vyťaženia |

23. Absolvovali by ste s dieťaťom výjazd do zahraničia na začiatku alebo konci sezóny?

- ☐ nie
- ☐ áno, jeden výjazd ročne
- ☐ áno aj viacero výjazdov

24. Absolvovali by ste s dieťaťom týždenne letné sústreďenie?

- ☐ áno v mieste bydliska
- ☐ áno aj mimo miesta bydliska
- ☐ áno aj mimo miesta bydliska pokiaľ by vyhovoval dátum
- ☐ nie

25. Aký spôsob dopravy by ste zvolili?

- ☐ vlastným autom na každý tréning
- ☐ vlastným autom, striedavo po dohode s ostatnými rodičmi
- ☐ klubovým autom z dohodnutého miesta
- ☐ klubovým autom vyzdvihnúť deti z miesta bydliska

26. Aký spôsob platby by Vám vyhovoval?

- ☐ za odtrénovanú hodinu
- ☐ mesačný poplatok
- ☐ jednorazová ročná platba
- ☐ zvýšený vstupný poplatok a následné mesačné platby

27. Boli by ste ochotný mesačne zaplatiť (zahŕňa plat trénera, poplatok za telocvičňu, nákup materiálu – vŕtačka, tyče, v prípade využívania klubového auta aj poplatok za benzín)

- ☐ 30€
- ☐ 50€
- ☐ 70€
- ☐ 100€

28. Boli by ste ochotný prispievať na fungovanie klubu v ďalších rokoch aj mimo členských poplatkov?

- ☐ nie
- ☐ áno
 - ☐ formou sponzoringu
 - ☐ formou daru
 - ☐ dodaním materiálu potrebného na tréningové účely